



---

# **BACHELORARBEIT**

---

Herr  
**Max Glück**

## **Netflix & Co. vs. TV – Stirbt das lineare Fernsehen in Deutschland aus?**

**2016**

# **BACHELORARBEIT**

---

## **Netflix & Co. vs. TV – Stirbt das lineare Fernsehen in Deutschland aus?**

Autor:  
**Herr Max Glück**

Studiengang:  
**Medientechnik**

Seminargruppe:  
**MT12wF-B**

Erstprüfer:  
**Prof. Dr.-Ing. Michael Hösel**

Zweitprüfer:  
**Rika Fleck M.Sc.**

Einreichung:  
Mittweida, 04.08.2016

# **BACHELOR THESIS**

---

## **Netflix & Co. vs. TV – Is linear television dying out in Germany?**

author:  
**Mr. Max Glück**

course of studies:  
**Media Engineering**

seminar group:  
**MT12wF-B**

first examiner:  
**Prof. Dr.-Ing. Michael Hösel**

second examiner:  
**Rika Fleck M.Sc.**

submission:  
Mittweida, 04.08.2016

---

## **Bibliografische Angaben**

Glück, Max:

Netflix & Co. vs. TV – Stirbt das lineare Fernsehen in Deutschland aus?

Netflix & Co. vs. TV – Is linear television dying out in Germany?

134 Seiten, Hochschule Mittweida, University of Applied Sciences,  
Fakultät Medien, Bachelorarbeit, 2016

## **Abstract**

In einer sich ständig weiterentwickelnden Medienwelt hat sich als eine der bedeutendsten Neuerungen der vergangenen Jahre die Existenz kostenpflichtiger Video-on-Demand-Dienste wie Netflix oder Amazon Prime Instant Video im deutschen Markt für Bewegtbildangebote und das damit verbundene moderne System zum Konsum auf Abruf in das öffentliche Bewusstsein gerückt. Speziell in Bezug auf die Auswirkung solcher neuartigen Plattformen auf das etablierte Massenmedium des linearen Fernsehens ist es immer wieder Thema von Diskussionen innerhalb der Branche. Intention der vorliegenden Arbeit ist es, die Koexistenz beider Medienplattformen zu untersuchen. Im Fokus des Forschungsinteresses steht dabei die Frage, ob und inwieweit sich dabei auf Seiten von kostenpflichtigen Video-on-Demand-Anbietern im Abonnement-Modell ein Potential zur Gefährdung des linearen Fernsehens in Deutschland als etabliertes Massenmedium ergibt. Diese Thematik wird hierbei anhand Analysen und Auswertungen von Fachtexten und Studien sowie eigens durchgeführter Erhebungen und Untersuchungen wissenschaftlich behandelt und liefert im Ergebnis eine Prognose zur Zukunft des Fernsehens in Deutschland.

# Inhaltsverzeichnis

<b>Inhaltsverzeichnis .....</b>	<b>V</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis.....</b>	<b>VII</b>
<b>Abbildungsverzeichnis.....</b>	<b>XI</b>
<b>1 Einleitung .....</b>	<b>1</b>
1.1 Hinführung zur Thematik .....	1
1.2 Forschungsfrage.....	3
1.3 Methodik .....	5
<b>2 Theoretische Grundlagen – Definition, Entwicklung und aktueller Stand .....</b>	<b>7</b>
2.1 Lineares Fernsehen in Deutschland.....	7
2.1.1 Definition .....	7
2.1.2 Entwicklung und aktueller Stand.....	8
2.2 Video-on-Demand .....	15
2.2.1 Definition .....	15
2.2.2 Entwicklung und aktueller Stand.....	17
<b>3 Inhaltliches Angebot.....</b>	<b>20</b>
3.1 Lineares Fernsehen.....	20
3.1.1 Einteilung der Sendungsformate.....	20
3.1.2 Aktuelle Programmgestaltung .....	22
3.2 Video-on-Demand .....	28
3.2.1 Amazon Prime Instant Video.....	29
3.2.2 Netflix .....	31
3.2.3 Maxdome .....	32
3.2.4 Watchever .....	34
3.3 Vergleich und Schlussfolgerung .....	35
<b>4 Nutzung .....</b>	<b>38</b>
4.1 Lineares Fernsehen.....	38
4.1.1 Nutzerzahl und Nutzungshäufigkeit .....	38
4.1.2 Wirtschaftliche Aspekte.....	39
4.1.3 Angebotsspezifische Vorzüge der Nutzer .....	40
4.1.4 Nutzungsmotivation.....	41
4.2 Video-on-Demand .....	43
4.2.1 Nutzerzahl und Nutzungshäufigkeit .....	43
4.2.2 Wirtschaftliche Aspekte.....	44

---

4.2.3	Angebotspezifische Vorzüge der Nutzer .....	44
4.2.4	Nutzungsmotivation.....	45
4.3	Vergleich und Schlussfolgerung .....	45
<b>5</b>	<b>Weitere audiovisuelle Abrufdienste .....</b>	<b>49</b>
<b>6</b>	<b>Schlussbetrachtungen .....</b>	<b>52</b>
6.1	Zusammenfassung der Argumentation .....	52
6.2	Beantwortung der Forschungsfrage und Ausblick.....	54
<b>Literaturverzeichnis .....</b>		<b>XI</b>
<b>Anlagen .....</b>		<b>XIX</b>
<b>Eigenständigkeitserklärung .....</b>		<b>LXXVII</b>

---

## Abkürzungsverzeichnis

AG	Arbeitsgemeinschaft
AGF	Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung
ALM	Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten
ARD	Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland
AVoD	Ad-Supported Video-on-Demand
BR	Bayerischer Rundfunk
BRD	Bundesrepublik Deutschland
bzw.	beziehungsweise
CBO	Chief Business Officer
DDR	Deutsche Demokratische Republik
DFF	Deutscher Fernsehfunk
d. h.	das heißt
Doku	Dokumentation
DTB	Download to Burn
DTO	Download to Own
DTR	Download to Rent
DVB-T	Digital Video Broadcasting – Terrestrial

---

DVD	Digital Versatile Disc
EST	Electronic Sell Through
EU	Europäische Union
GbR	Gesellschaft bürgerlichen Rechts
GEZ	Gebühreneinzugszentrale
GfK	Gesellschaft für Konsumforschung
GmbH (& Co. KG)	Gesellschaft mit beschränkter Haftung (& Compagnie Kommanditgesellschaft)
GöfaK	Göttinger Institut für angewandte Kommunikationsforschung
HD(TV)	High Definition (Television)
HR	Hessischer Rundfunk
Hrsg.	Herausgeber
ID	Identität
IfD	Institut für Demoskopie
IT	Informationstechnik
Krimi	Kriminalfilm / Kriminalserie
LGBT	Lesbian, Gay, Bisexual, Transgender
MDR	Mitteldeutscher Rundfunk
NDR	Norddeutscher Rundfunk



Nr.	Nummer
NWDR	Nordwestdeutscher Rundfunk
ORB	Ostdeutscher Rundfunk Brandenburg
ORF	Österreichischer Rundfunk
PAL	Phase Alternating Line
PC	Personal Computer
PwC	PricewaterhouseCooper
RB	Radio Bremen
RBB	Rundfunk Berlin-Brandenburg
RStV	Rundfunkstaatsvertrag
RTL	Radio Television Luxemburg
SDR	Süddeutscher Rundfunk
SF	Schweizer Radio und Fernsehen
SFB	Sender Freies Berlin
SR	Saarländischer Rundfunk
SVoD	Subscription Video-on-Demand
SWR	Südwestrundfunk
TNS	Taylor Nelson Sofres

TV	Television
TVoD	Transactional Video-on-Demand
US(A)	United States (of America)
WDR	Westdeutscher Rundfunk
WWW	World Wide Web
ZDF	Zweites Deutsches Fernsehen

# Abbildungsverzeichnis

<b>Abbildung 1:</b> Übersicht der Anteile der Sendungsgattungen am Tagesprogramm 2015 .....	23
<b>Abbildung 2:</b> Übersicht der Anteile der Sendungsgattungen am Tagesprogramm 2015 mit Reality-TV.....	24
<b>Abbildung 3:</b> Sendezeiten von Eigen-, Auftrags-, Ko- und Kaufproduktionen deutscher Fernsehsender 2015 .....	26
<b>Abbildung 4:</b> Produktionsländer der Fictionsendungen im deutschen Fernsehen 2013 bis 2015 .....	27
<b>Abbildung 5:</b> Übersicht des inhaltlichen Angebots von Amazon Prime Instant Video.	29
<b>Abbildung 6:</b> Übersicht des inhaltlichen Angebots von Netflix .....	31
<b>Abbildung 7:</b> Übersicht des inhaltlichen Angebots von Maxdome.....	33
<b>Abbildung 8:</b> Übersicht des inhaltlichen Angebots von Watchever .....	34

# 1 Einleitung

## 1.1 Hinführung zur Thematik

Die Medien haben sich nachweislich zu einem immer größer und bedeutsamer werdenden Bestandteil des menschlichen Alltags entwickelt. Das zeigt sich nicht zuletzt durch die reine Anzahl der Stunden, welche ein deutscher Bundesbürger aktuell, unabhängig vom individuellen Ablauf des Alltags, täglich im Durchschnitt für den Gebrauch bzw. den Konsum von Medien aufbringt. Diese Zahl beläuft sich laut einer Studie aus dem Jahr 2015 auf insgesamt neuneinhalb Stunden. Dabei werden davon knapp 90 Prozent, nämlich achteinhalb Stunden, auf die Nutzung tagesaktueller Medien, also das Fernsehen, Radio, Tageszeitungen und das Internet verwandt. Das ist zwar tatsächlich weniger als noch vor zehn Jahren, als sich die tägliche Mediennutzungsdauer sogar auf zehn Stunden im Schnitt belief, zeigt aber im längeren Verlauf der letzten 35 Jahre einen deutlichen Anstieg von ca. drei Stunden und 40 Minuten, was eine Steigerung von über 65 Prozent bedeutet.<sup>1</sup>

Auf die audiovisuellen Medien entfielen im Jahr 2015 dabei mit siebeneinhalb Stunden knapp 80 Prozent der totalen durchschnittlichen täglichen Mediennutzungsdauer der Deutschen.<sup>2</sup> Das Medium, welches sich davon unangefochten auf dem ersten Platz im Ranking der meistgenutzten Medien in Deutschland etablieren konnte, ist zweifelsfrei das Fernsehen. Eine durchschnittliche tägliche Nutzungsdauer von über drei Stunden pro Person durch 80 Prozent der Bevölkerung ab 14 Jahren im Jahr 2015 unterstreicht diese Behauptung. Sowohl bei der Dauer der Nutzung als auch bei der Reichweite liegt das Fernsehen damit vor dem Radio, welches mit 173 Minuten Nutzungsdauer und 74 Prozent Reichweite wiederum das Internet mit 107 Minuten und 46 Prozent auf den darunterliegenden Platz verweist.<sup>3</sup>

Doch gerade das Internet hat in den letzten Jahren eine schnelle Entwicklung erlebt. So ist bei der Anzahl der Internetnutzer in Deutschland, welche es zumindest gelegent-

---

<sup>1</sup> Vgl. Klingler, Walter / Turecek, Irina: *Medienzeitbudgets und Tagesablaufverfahren*, in: *Media Perspektiven* 2/2016, S. 98-99.

<sup>2</sup> Vgl. Statista (Hrsg.): *Zeitbudget der Deutschen für audiovisuelle Medien in den Jahren 1998 bis 2015 (in Minuten pro Tag)*, nach einer Studie der ARD, 2016, in: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/4100/umfrage/entwicklung-der-nutzung-audiovisueller-medien-seit-1998/> (Zugriff am 23.05.2016).

<sup>3</sup> Vgl. Klingler, Walter / Turecek, Irina (2016), S. 100-101.

lich gebrauchen, zwischen den Jahren 2000 und 2016 ein Anstieg um ca. 206 Prozent auf 56 Millionen Menschen zu verbuchen.<sup>4</sup> Laut Prognosen soll sich dieses Wachstum in den nächsten Jahren auch nicht ändern. Eine Studie von *eMarketer* kam zu dem Ergebnis, dass es bis 2019 fast 65 Millionen Internetnutzer in Deutschland geben wird.<sup>5</sup> Dabei wird einer Prognose des deutschen Online-Statistik-Portals *Statista* zufolge auch die Penetrationsrate der Internetverfügbarkeit in Deutschland bei leicht sinkender Zahl der Haushalte von 86 Prozent in 2015 bis 2020 um einige Prozentpunkte ansteigen.<sup>6</sup>

Das Internet bietet durch dieses Wachstum immer mehr Menschen Zugang zu seinen Inhalten. Dies schließt unter anderem mit ein, dass den Nutzern, zumindest in Bezug auf den Konsum von Bewegtbild-Inhalten allgemein, eine Alternative zum klassischen linearen Fernsehen geboten wird. Bei einer Umfrage der ARD in Zusammenarbeit mit dem ZDF unter Internet-Nutzern gaben 2006 noch lediglich 28 Prozent der Befragten an, zumindest selten Videos online abzurufen, während 2015 schon 82 Prozent die Frage nach dem Bewegtbild-Konsum über das Internet positiv beantworteten.<sup>7</sup> Auch beim Volumen des Datenverkehrs für den Zweck des Konsums von Videos im Internet wird bis 2019 ein rasanter Anstieg auf beinahe das Dreifache der Datenmengen aus dem Jahr 2015 prognostiziert.<sup>8</sup> Dies bezieht sich jedoch nur auf den Konsum über PCs. Unter Einbeziehung anderer Nutzer-Endgeräte, wie beispielsweise Smart-TVs, Handys oder Tablets, kann sich die Datenmenge daher noch weiter erhöhen.

Diese große Zahl der Bewegtbild-Konsumenten im Internet lässt sich schon allein dadurch erklären, dass Deutschland im EU-Vergleich zusammen mit Großbritannien und Frankreich zu den drei Ländern mit den meisten audiovisuellen Abrufdiensten zählt.

---

<sup>4</sup> Vgl. Statista (Hrsg.): *Anzahl der Internetnutzer in Deutschland in den Jahren 1997 bis 2015 (in Millionen)*, nach einer Studie der ARD und des ZDF, 2016, in: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/36146/umfrage/anzahl-der-internetnutzer-in-deutschland-seit-1997/> (Zugriff am 27.05.2016).

<sup>5</sup> Vgl. Statista (Hrsg.): *Anzahl der Internetnutzer in Deutschland in den Jahren 2012 bis 2014 sowie eine Prognose bis 2019 (in Millionen)*, nach einer Studie von eMarketer, 2016, in: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/182618/umfrage/anzahl-der-internetnutzer-in-deutschland/> (Zugriff am 27.05.2016).

<sup>6</sup> Vgl. Statista (Hrsg.): *Digital Market Outlook. Marktindikatoren*, 2016, in: <https://de.statista.com/outlook/206/137/svod/deutschland> (Zugriff am 27.05.2016).

<sup>7</sup> Vgl. ARD; ZDF (Hrsg.): *Anteil der Personen, die zumindest selten Videos im Internet abrufen in Deutschland in den Jahren 2006 bis 2015*, nach einer Erhebung der GfK Media and Communication Research, 2015, in: Statista (Hrsg.): *Online Videos – Statista-Dossier*, Hamburg, 2015, S. 24.

<sup>8</sup> Vgl. Cisco Systems (Hrsg.): *Prognose zum Datenvolumen des Traffics von Internet-Video über PC von 2014 bis 2019 (in Petabytes pro Monat)*, 2015, in: Statista (Hrsg.) (2015), S. 12.

Schon vor zehn Jahren war *Video-on-Demand*, wörtlich übersetzt *Video nach Verlangen* bzw. *Video auf Abruf* und in der Bedeutung die Möglichkeit zum individuellen und zeitlich unabhängigen Abrufen von audiovisuellen Bewegtbildinhalten, ein Diskussions-thema in der Medienindustrie. Aufgrund der Entwicklungen in der Infrastruktur bezüglich Kabelnetzen und Breitband-Internetanschlüssen und der damit einhergehenden Entwicklung von Video-on-Demand-Diensten zu einem finanziell umsetzbaren Unterfangen wurde dem Konzept des individuellen Videokonsums auf Abruf eine positive Zukunft prognostiziert.<sup>9</sup>

Seitdem haben sich auch mehrere kostenpflichtige Anbieter auf dem deutschen Online-Videomarkt angesiedelt und unterschiedliche Geschäftsmodelle für Video-on-Demand entwickelt. Doch spätestens der Start der amerikanischen Streaming-Plattform *Netflix* in Deutschland, welcher im September 2014 stattfand, hat das Video-on-Demand-Modell in das öffentliche Bewusstsein gerückt. Der Erfolg der Plattform in den USA nährt die Prognosen für großes Potential auch in Deutschland. Der Markt für Video-on-Demand-Dienste wird in Deutschland seither immer bedeutender.<sup>10</sup>

Auch die Diskussionen um die Zukunftsfähigkeit des klassischen linearen Fernsehens in Zusammenhang mit der zunehmenden Bedeutung von Video-on-Demand sind in der Medienbranche nunmehr allgegenwärtig und bringen weit auseinandergehende Meinungen mit sich. Während beispielsweise der CBO von *YouTube*, Robert Kyncl, verlauten lässt, dass sich durch digitale Plattformen keine Verdrängung des Fernsehens abzeichnet, sondern eine Erweiterung des Marktes für Bewegtbildinhalte stattfindet, ist Netflix-Gründer Reed Hastings nach eigener Aussage überzeugt, dass ein Aussterben des linearen Fernsehens früher oder später unausweichlich sei.<sup>11</sup>

## 1.2 Forschungsfrage

Basierend auf diesem Zitat von Reed Hastings erschließt sich auch die Forschungsfrage dieser wissenschaftlichen Arbeit. Es soll untersucht werden, ob bzw. inwieweit kommerzielle und kostenpflichtige Streaming-Plattformen in der Art des US-Anbieters

---

<sup>9</sup> Vgl. Kaumanns, Ralf / Siegenheim, Veit: *Video-on-Demand als Element im Fernsehkonsum?*, in: Media Perspektiven 12/2006, S. 622.

<sup>10</sup> Vgl. Nooke, Antonia / Jorgensen, Signe S. / Mikos, Lothar: *Video-on-Demand in Deutschland. Angebot und Nutzungsgewohnheiten*, in: tvdiskurs 72 (19.Jg.) 2/2015, S. 68-70.

<sup>11</sup> Vgl. Egger, Andreas / van Eimeren, Birgit: *Bewegtbild im Internet. Markt und Nutzung digitaler Plattformen*, in: Media Perspektiven 2/2016, S. 108.

Netflix das Potential besitzen, eine Gefährdung für die Existenz des linearen Fernsehens in Deutschland als etabliertes und meistgenutztes Medium darzustellen und ob sich damit in der Zukunft wirklich eine generelle Abschaffung des Fernsehens nach dem klassischen linearen Modell in Deutschland prognostizieren lässt.

Mit Streaming-Plattformen in der Art von Netflix ist dabei gemeint, dass sich die Untersuchungen hauptsächlich auf das Geschäftsmodell des *Subscription-Video-on-Demand* (SVoD) beziehen werden. Anbieter, die mit diesem Modell arbeiten, bieten ihre Inhalte dem Kunden gegen eine periodisch bezahlte Gebühr in uneingeschränkter Form zum Abruf per Streaming an.<sup>12</sup> Begründen lässt sich dieser Untersuchungsansatz mit der Tatsache, dass sich Video-on-Demand im Abonnement im Gegensatz zu anderen Geschäftsmodellen im Sektor für kommerzielle Abrufdienste am schnellsten entwickelt hat. Dies lässt sich beispielsweise durch die Betrachtung der Nutzerzahl- und Umsatzertragsentwicklungen feststellen. In den Jahren 2014 bis 2016 weist SVoD eine Steigerung um 2,7 Millionen bei den aktiven Nutzern auf und konnte den Umsatzertrag beinahe vervierfachen. Damit liegt es deutlich vor den alternativen Geschäftsmodellen des *transaktionsbasierten Video-on-Demand* und des *Electronic-Sell-Through*, welche ihre Nutzerzahlen im selben Zeitraum lediglich um 1,3 bzw. 0,5 Millionen steigern konnten und auch im Bereich der Umsatzentwicklungen lediglich einen Anstieg um 35 bzw. 52 Prozent zu verbuchen haben.<sup>13 14</sup> Für die Zukunft wird SVoD laut einer Studie des Marktforschers Goldmedia eine Steigerung des Anteils am gesamten Umsatz im Bereich der kostenlosen und kostenpflichtigen Video-on-Demand-Angebote auf 51 Prozent bis 2019 prognostiziert. 2014 lag dieser Anteil noch bei 26 Prozent. Somit soll Abo-basiertes Video-on-Demand am meisten vom Aufschwung der Branche profitie-

---

<sup>12</sup> Vgl. The Interactive Television Dictionary & Business Index (Hrsg.): *The Video on Demand Dictionary and Business Index*, in: <http://www.itvdictionary.com/vod.html> (Zugriff am 23.05.2016).

<sup>13</sup> Das Modell des SVoD gibt es in Deutschland schon seit 2006. (Vgl. Aylin Ünal: *Gefährliches Raubtier oder zahmes Pflänzchen? Netflix im Dschungel des deutschen Video-on-Demand-Markts*, in: die medienanstalten – ALM GbR (Hrsg.): *Digitalisierungsbericht 2015. Digitale Welten, analoge Inseln – Die Vermessung der Medienwelt*, Berlin, 2015, S. 20.) Die Betrachtung der Entwicklungen ab 2014 begründet sich im Start der Anbieter Netflix und Amazon Prime Instant Video auf dem deutschen Markt. (Vgl. die medienanstalten (Hrsg.) (2015), S. 21-22.)

<sup>14</sup> Vgl. Statista (Hrsg.): *Digital Market Outlook. SVoD. Deutschland bzw. TVoD. Deutschland bzw. EST. Deutschland*, in: <https://de.statista.com/outlook/206/137/svod/deutschland> (Zugriff am 25.05.2016) bzw. <https://de.statista.com/outlook/205/137/tvod/deutschland> (Zugriff am 25.05.2016) bzw. <https://de.statista.com/outlook/207/137/est/deutschland> (Zugriff am 25.05.2016).

ren.<sup>15</sup> Im Sinne einer zukunftsorientierten Untersuchung ist daher die Fokussierung auf SVoD für die vorliegende Arbeit zielführend.

### 1.3 Methodik

Um eine wissenschaftliche Untersuchung des Sachverhalts mit Ziel der Beantwortung der Forschungsfrage durchführen zu können, wird sich der Aufbau der Arbeit wie im Folgenden beschrieben gestalten.

Zunächst werden in einem Grundlagenkapitel Definitionen für *lineares Fernsehen* und *Video-on-Demand* als elementare Begrifflichkeiten in der Untersuchung der Forschungsfrage beschrieben. Weiterhin wird das Kapitel einen Überblick über die Entwicklungsgeschichte des Fernsehens als Medium sowie des Fernsehprogramms in Deutschland liefern. Auch die Entwicklung des deutschen Video-on-Demand-Marktes wird beleuchtet. Eine Zusammenfassung des aktuellen Stands des Fernsehens und des Video-on-Demand-Modells in Deutschland, inklusive eines Überblicks über die verschiedenen Anbieter sowie Finanzierungs- bzw. Geschäftsmodelle, schließen das Grundlagenkapitel ab.

Im weiteren Verlauf der Arbeit soll ein Vergleich von linearem Fernsehen mit Video-on-Demand stattfinden. Dieser Vergleich wird hinsichtlich mehrerer Punkte abgehandelt.

So wird es zunächst eine Gegenüberstellung des inhaltlichen Angebots des linearen deutschen Fernsehens und der Video-on-Demand-Dienste in Deutschland geben. Um dies zu erreichen, wird auf Seiten des Fernsehens eine Analyse der verschiedenen Formate und Sendungsarten nach Gattungen, Produktionscharakteristik und Produktionsland durchgeführt und der Anteil dieser verschiedenen Formate an der gesamten Sendezeit der deutschen Fernsehsender im Jahr 2015 dargelegt. Dieses Vorgehen hat das Ziel, eine auf der Sendezeit basierende Rangliste der Gewichtung bzw. Bedeutung unterschiedlicher Formate, Produktionscharakteristiken und Produktionsländern im vollen Sendeprogramm ausgewählter deutscher Sender erstellen zu können. Auf Seiten des Video-on-Demand werden die Arten und die genauen Anzahlen der zur Verfügung gestellten Bewegtbildinhalte ausgewählter Anbieter untersucht. An dieser Stelle wird eine eigene stichprobenartige Untersuchung der Inhalte für die jeweiligen Anbieter

---

<sup>15</sup> Vgl. DIGITALFERNSEHEN (Hrsg.): *Video-on Demand-Nutzung soll sich dramatisch ändern*, in: <http://www.digitalfernsehen.de/Video-on-Demand-Nutzung-soll-sich-dramatisch-aendern.117886.0.html> (Zugriff am 26.05.2016).



stattfinden. Anschließend soll aus den vorangegangenen Untersuchungen die Bedeutung der durch Video-on-Demand-Dienste angebotenen Arten der Bewegtbildinhalte für das lineare deutsche Fernsehen herausgefiltert werden, um die potentiellen inhaltlichen bzw. Angebots-bezogenen Angriffsflächen der Streaming-Dienste auf das Fernsehen darzustellen.

Nach dem inhaltsbasierten Vergleich von linearem Fernsehen und Video-on-Demand wird im nächsten Kapitel eine Gegenüberstellung der Nutzungsverhältnisse beider Medienplattformen stattfinden. Kernpunkte der Untersuchung werden dabei sowohl die reinen Nutzeranzahlen, als auch die Nutzungshäufigkeiten, inhaltliche bzw. angebots-bezogene Vorlieben der Nutzer sowie zum Gebrauch motivierende Faktoren unter Betrachtung unterschiedlicher Altersbereiche sein. Der wirtschaftliche Aspekt in Bezug auf die Nutzungsdaten beider Medienarten wird ebenfalls untersucht. Allgemein werden in diesem Abschnitt Vergleiche zu Daten aus früheren Jahren ebenso Einzug finden wie Prognosen für zukünftige Entwicklungen. Eine eigens durchgeführte Umfrage zu den Nutzungsvorlieben von Fernseh- sowie Video-on-Demand-Konsumenten wird mit den bisher präsentierten Daten verglichen, um die Informationen gegebenenfalls bestätigen oder auftretende Abweichungen dokumentieren zu können.

Das letzte Kapitel des Hauptteils der Arbeit wird sich mit alternativen Abrufdiensten für Bewegtbildinhalte auseinandersetzen. Dieses Vorgehen hat zum Ziel, kostenpflichtige Video-on-Demand-Dienste mit diesen hinsichtlich des Potentials zur Verdrängung des Fernsehens nach linearem Modell in Deutschland zu vergleichen und einzuordnen.

Eine Zusammenfassung der Argumentationen, die daraus resultierende Beantwortung der Forschungsfrage und eine thematische Prognose für die Zukunft werden die Arbeit abschließen.

Im fortlaufenden Text wird auf das generische Maskulinum zurückgegriffen. Dieses ist der femininen Form gleichgestellt und wurde lediglich aus Gründen der Vereinfachung gewählt. Alle Aussagen schließen, sofern nicht anders deutlich gemacht, gleichwohl beide Geschlechter ein.

## 2 Theoretische Grundlagen – Definition, Entwicklung und aktueller Stand

### 2.1 Lineares Fernsehen in Deutschland

#### 2.1.1 Definition

Im Allgemeinen bezeichnet der Begriff *Fernsehen* den Prozess, welcher aus der Aufnahme, der späteren Übertragung und der schlussendlichen Wiedergabe von sichtbaren Vorgängen besteht.<sup>16</sup> Lineares Fernsehen zeichnet sich dabei dadurch aus, dass Programminhalte in Form einer zeitlich angeordneten Abfolge von Sendungen in einem stetigen Programmfluss an den Rezipienten übertragen werden und von diesem inhaltlich sowie zeitlich synchron, also 1:1 zur Ausstrahlung, direkt empfangen und gegebenenfalls konsumiert werden. Dabei lassen sich verschiedene Merkmale dokumentieren. Die Sendungen haben eine feste Zeitbindung, d. h. die Möglichkeit zum Konsum der Sendungen ist im linearen Fernsehmodell nur zu den durch die Programmplanung der Sender definierten Zeitpunkten gegeben. Weiterhin obliegen die Inhalte einer Kanalbindung, was bedeutet, dass der Nutzer eine Sendung lediglich auf einem festgelegten Kanal schauen kann und somit nicht nur eine Auswahl der Sendung, sondern auch des Kanals treffen muss. Jeder Inhalt steht bei der Sendung nicht für sich allein, sondern wird, bedingt durch die Einbettung in den Programmfluss, durch vorangehende und nachfolgende Programminhalte in einen Kontext eingebunden. Dies kann dem Zugang und der Aufnahme des Inhalts sowohl zuträglich als auch hinderlich sein. Ebenso laufen mehrere Sendungen auf verschiedenen Kanälen zur gleichen Zeit, was zu einer konkurrenzbehafteten Beziehung der Programminhalte untereinander führen kann. Ein weiteres wichtiges Merkmal des linearen Fernsehens ergibt sich aus der Gleichzeitigkeit des Konsums der Sendungen bei mehreren Zuschauern.<sup>17 18</sup>

---

<sup>16</sup> Vgl. Hans-Bredow-Institut (Hrsg.): *Medien von A bis Z*, Wiesbaden, 2006, S. 107.

<sup>17</sup> Vgl. Hasebrink, Uwe: *Lineares und nicht-lineares Fernsehen aus der Zuschauerperspektive. Spezifika, Abgrenzungen und Übergänge*, Hamburg: Hans-Bredow-Institut (Unveröffentlichter Projektbericht), 2009, S. 6; 12.

<sup>18</sup> Vgl. Deutsche TV-Plattform (Hrsg.): *Glossar. Lineares Fernsehen*, in: <http://www.tv-plattform.de/de/glossar> (Zugriff am 25.05.2016).

## 2.1.2 Entwicklung und aktueller Stand

Um dem Fernsehen den heutigen Status eines Massenmediums in Deutschland zu ermöglichen, war zunächst eine weitreichende Entwicklung nötig, welche Ende des 19. Jahrhunderts mit der Erfindung der Kathodenstrahlröhre durch Ferdinand Braun und Jonathan Ze-neck begann. Die sogenannte *Braunsche Röhre* ermöglichte die Projektion von Bildpunkten auf eine beschichtete Glasscheibe. Nach einer Weiterentwicklung dieser Errungenschaft kam es schließlich 1929 durch den Berliner Rundfunksender Witzleben zu ersten Testsendungen von Bildmaterial ohne Ton. Sechs Jahre später kam es dann zum Start des ersten regelmäßigen Fernsehprogramms in Deutschland durch den Fernsehsender Paul Nipkow in Berlin.<sup>19</sup> Zu dieser Zeit war das Fernsehen bereits von den Nationalsozialisten zu einem Medium der Propagandaverbreitung instrumentalisiert worden, obgleich es dabei in Sachen Effektivität aufgrund der geringen Reichweite zu jener Zeit eine geringe Bedeutung besaß. Das damalige Programm bestand aus Wochenschauen und Unterhaltungssendungen.<sup>20</sup> Die Sendezeiten beliefen sich in den Jahren 1935 und 1936 auf vier bis acht Stunden täglich.<sup>21</sup>

Selbst zu einem der ersten Höhepunkte des Fernsehens in Deutschland, der Übertragung der Olympischen Sommerspiele 1936 in Berlin, wurde das Programm in nicht mehr als ca. 200 Haushalten über den *Volksfernseher E1* empfangen. Die Anzahl der Haushalte mit einem Empfangsgerät für Fernsehprogramme stieg erst nach Ende des Zweiten Weltkriegs, genauer Ende der 1950er bzw. Anfang der 1960er Jahre, als allmählich bis zu 5000 Fernsehgeräte am Tag verkauft wurden und es annähernd vier Millionen Nutzer des Mediums gab. Zu dieser Zeit hatte sich der ehemals durch die britische Besatzungsmacht ins Leben gerufene und 1948 in deutsche Verwaltung übergebene *Nordwestdeutsche Rundfunk (NWDR)*, der ab 1952 ein erstes regelmäßiges, tägliches Fernsehprogramm, inklusive der ersten Ausgaben der Tagesschau, sendete, aufgelöst. Er bildete dafür die Grundlage für die *Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten Deutschlands (ARD)*, welche seit 1950 mit dem Ziel bestand, die Programme der einzelnen Landessender koordinieren zu können. Die

---

<sup>19</sup> Vgl. Beyer, Axel: *Die Geschichte des Fernsehens in Deutschland*, in: Altendorfer, Otto / Hilmer, Ludwig (Hrsg.): *Medienmanagement. Band 2: Medienpraxis – Mediengeschichte – Medienordnung*, Wiesbaden, 2016, S. 195-196.

<sup>20</sup> Vgl. Karstens, Eric / Schütte, Jörg: *Praxishandbuch Fernsehen. Wie TV-Sender arbeiten*, 3., aktualisierte Auflage, Wiesbaden, 2013, S. 12.

<sup>21</sup> Vgl. Messner, Holger: *Pay-TV in Deutschland. Ein schwieriges Geschäftsmodell*, Wiesbaden, 2013, S. 38.

Umbenennungen des ARD-Programms in *Erstes Deutsches Fernsehen* und später *Das Erste* erfolgten 1984 bzw. 1994.

In den 1960er Jahren unternahm der damalige Bundeskanzler der Bundesrepublik Deutschland Konrad Adenauer den Versuch, die *Deutschland-Fernseh-GmbH* zu gründen, welche als privatwirtschaftlich betriebene Anstalt parallel zur ARD als politisches Werkzeug der Bundesregierung in der aufkommenden Fernsehbranche eingesetzt werden sollte. Diese Pläne wurden jedoch vom Bundesverfassungsgericht gestoppt, womit die Kontrolle über den Rundfunk weiter bei den Bundesländern verweilte. Diese nutzten den Umstand und schlossen 1961 einen Staatsvertrag, welcher die Einrichtung einer zweiten öffentlich-rechtlichen Sendeanstalt vorsah. Das *Zweite Deutsche Fernsehen (ZDF)* ging im April 1963 zum ersten Mal auf Sendung.<sup>22</sup> Es sollte einen Gegenpol zur ARD darstellen, was sich anhand verschiedener Merkmale zeigte. Während die ARD ihre Inhalte vorwiegend aus Eigenproduktionen zog, lagerte das ZDF diesen Teil an externe Unternehmen aus. Die gesendeten Inhalte waren eher konservativer und populär-unterhaltsamer Natur und zum ersten Mal wurde Werbung direkt in das Fernsehen eingegliedert. Das ZDF führte somit privatwirtschaftliche Charakteristiken in das öffentlich-rechtliche TV-System ein und ermöglichte bzw. eröffnete den ersten wirklichen Wettbewerb im deutschen Fernsehen, was unter anderem die Einführung der Einschaltquotenregistrierung zur Folge hatte.

In der Zeit der Vorbereitung des Staatsvertrages, welcher zur Gründung des ZDF führen sollte, bereitete sich die ARD auf den Start eines provisorischen Zweitkanals vor, aus dem später, sobald das ZDF als zweite deutsche öffentlich-rechtliche Anstalt etabliert worden war, die *Dritten Programme* entstehen sollten. Diese wurden später im direkten Wettkampf mit dem ZDF bedeutsamer und boten eine Möglichkeit, Inhalte, die in einem bundesweiten Einzugsbereich vergleichsweise weniger Interessenten zu verbuchen hatten, auszulagern und zu erweitern. Dazu gehörten zunächst vor allem Studienprogramme. Später bauten Dokumentationen, Magazine, Talk-Sendungen, regionale Berichterstattungen und künstlerisch-kulturelle Sendungen sowie Spielfilme und Serien das Programmangebot der Dritten weiter aus.<sup>23</sup> Bis zum Ende der sechziger Jahre bestanden in der Riege der Dritten Programme der *Bayerische Rundfunk*

---

<sup>22</sup> Vgl. Beyer, Axel (2016), S. 201.

<sup>23</sup> Vgl. Karstens, Eric / Schütte, Jörg (2013), S. 16-17.

(BR), der *Hessische Rundfunk (HR)*, das 3. *Fernsehprogramm der Nordkette (NDR, RB, SFB)*, sowie *Südwest 3 (SDR, SWR, SR)*.<sup>24</sup>

Programmtechnisch lässt sich im Zeitraum der sechziger und siebziger Jahre in der Bundesrepublik Deutschland eine eindeutige Entwicklung feststellen. Sowohl die ARD als auch das ZDF versuchten vermehrt mit einem höheren Anteil von Kino- und Fernsehfilmen (sowohl aus deutscher als auch aus internationaler Produktion), Familienserien, Unterhaltungssendungen, Reportagen, Dokumentationen und aufwändig produzierten Spielshows die Zuschauer vor den Fernseher zu bannen. Die Umsetzung des öffentlich-rechtlichen Rundfunkauftrags zur Bildung, Information und Unterhaltung wurde somit in allen Bereichen ausgebaut. Weiterhin begann mit der Einführung von politischen Magazinen die Entwicklung des Fernsehens zu einem aktiven Faktor in der öffentlichen Meinungsbildung und speziell in der ersten Hälfte der siebziger Jahre erlangten gesellschaftspolitisch relevante Themen eine größere Gewichtung im Fernsehprogramm der Rundfunkanstalten des ARD und des ZDF.<sup>25</sup>

Im selben Jahr, als in der Bundesrepublik Deutschland das erste regelmäßige und tägliche Fernsehprogramm begann, kam es auch in der Deutschen Demokratischen Republik mit dem Start des *Fernsehentrums Berlin* zum Beginn der öffentlich empfangbaren Fernsehausstrahlung mit zwei Stunden täglicher Sendezeit. Gezeigt wurde zur Premiere die erste Ausgabe der Nachrichtensendung *Aktuelle Kamera*, welche bis zum Ende der DDR auch die Hauptnachrichtensendung bleiben sollte. Vier Jahre später übernahm der *Deutsche Fernsehfunk (DFF)* die reguläre Sendung des TV-Programms. 1969, zwei Jahre nach der BRD, kam es in der DDR durch den neu gegründeten Kanal DFF 2 zur ersten Fernsehausstrahlung in Farbe.<sup>26</sup> Das Fernsehen nahm in der DDR von Anfang an die Rolle eines politischen Instruments zum Zwecke der Ideologievermittlung ein und wurde vollständig von der Regierung kontrolliert. Fernsehspiele, welche hauptsächlich politischen und zeitgeschichtlichen Inhalts waren, entwickelten sich bis zur Mitte der sechziger Jahre zu einem der wichtigsten Programmpunkte. Danach wuchs der Anteil von non-fiktionalen Inhalten beträchtlich. Die Fernsehspiele blieben als Propagandainstrument aber weiterhin erhalten. Nach der Umbenennung des DFF in *Fernsehen der DDR* im Jahr 1972 wurde die Funktion des Fernsehens in der DDR ab den achtziger Jahren vermehrt auf die Unterhaltung des Volkes umgestellt, da sich das ideologische Bewusstsein der Sender in Anbetracht des

---

<sup>24</sup> Vgl. Beyer, Axel (2016), S. 199.

<sup>25</sup> Vgl. Karstens, Eric / Schütte, Jörg (2013), S. 17-18.

<sup>26</sup> Der damalige Kanzler Willy Brandt startete 1967 auf der 25. Großen Funkausstellung in Berlin das Farbfernsehen in der BRD. (Vgl. Messner, Holger (2013), S. 39.)

fortwährenden Konkurrenzkampfes mit dem Fernsehprogramm des Westens und der hohen Zahlen der DDR-Bürger, die das TV-Programm der BRD konsumierten, nach und nach aufgelöst hatte.<sup>27</sup> Nach der Wiedervereinigung Deutschlands wurde das Fernsehen der DDR 1990 wieder in DFF umbenannt, zunächst zu einem unabhängigen öffentlich-rechtlichen Sender erklärt und in die westlichen Rundfunkstrukturen eingegliedert, bevor er zum Ende des darauffolgenden Jahres eingestellt und das Programm abgeschaltet wurde. Der Sendebetrieb von DFF 2 wurde direkt nach der Abschaltung von DFF durch den neu gegründeten *Mitteldeutschen Rundfunk (MDR)* und den *Ostdeutschen Rundfunk Brandenburg (ORB)* übernommen, welche wiederum vom ARD-Verband eingegliedert wurden.<sup>28</sup>

Als im Laufe der siebziger Jahre die bereits erwähnten Programmausbauten in den öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten durchgeführt wurden, hatte sich auch die Kritik von konservativer Seite an diesen Sendern und ihren Programmen zu einem der größten Diskussionsthemen in der Medienpolitik entwickelt. Dieser Fakt, in Zusammenwirken mit dem Ausbau der technischen Infrastruktur und dem allgemeinen Trend der Privatisierung von bedeutenden staatlichen Behörden, führte 1981 schließlich zur Zulassung des Privatrundfunks durch das Bundesverfassungsgericht. Mit diesem Schritt wurde in Deutschland das *duale System* mit sowohl öffentlich-rechtlichen als auch privaten Rundfunkanbietern eingeführt. Im Jahr 1984 kam es zum Start der ersten privaten Fernsehsender, darunter *Sat1* und *RTL plus*.<sup>29</sup> Im Verlauf der nächsten zehn Jahre traten noch weitere in den deutschen Fernsehmarkt ein, darunter *ProSieben*, *kabel eins*, *Vox*, *Tele5*, und *RTL 2*.<sup>30 31</sup> Inhaltlich verfolgten die privaten Sender zu größten Teilen die in der Bevölkerung durch die öffentlich-rechtlichen Sender bereits positiv aufgenommene Unterhaltungsschiene. Ausstrahlungsrechte für Sportveranstaltungen und Kinofilme machten das Programm für den Zuschauer zudem noch attraktiver und die Sender erfolgreicher. Hatte man bei den Anstalten der ARD und des ZDF in Vorbereitung auf den Start der Privaten noch mit einer Aufstockung des Unterhaltungsanteils im Sendeprogramm und der Gründung weiterer Kanäle wie *Eins plus* oder *3sat* zum Zweck der inhaltlichen Nischenbedienung sowie der überregionalen Verbreitung von Dritten Programmen versucht, das öffentlich-rechtliche Fernsehen stärker im Land zu präsentieren, so besann man sich Anfang der neunziger Jahre nach dem Durchbruch

---

<sup>27</sup> Vgl. Karstens, Eric / Schütte, Jörg (2013), S. 23-24.

<sup>28</sup> Vgl. Beyer, Axel (2016), S. 200.

<sup>29</sup> Vgl. Karstens, Eric / Schütte, Jörg (2013), S. 19-20.

<sup>30</sup> Vgl. Messner, Holger (2013), S. 39.

<sup>31</sup> Vgl. Hans-Bredow-Institut (Hrsg.) (2006), S. 108.

der privaten TV-Sender wieder mehr auf journalistische Inhalte. Durch die privaten Sender konnten die letzten zeitlichen Lücken im alltäglichen Fernsehprogramm geschlossen werden, so dass fortan ein TV-Konsum rund um die Uhr möglich war. Außerdem erweiterten sie den Wettkampf im Rundfunkbereich um das Element des Marktanteils zur Messung des Erfolgs eines Senders. RTL war 1993 das erste kommerzielle TV-Programm in Deutschland mit dem stärksten Marktanteil.

Ab dem Jahr 2000 bildeten sich in den Reihen der privaten Fernsehsender zwei große systematische Senderfamilien. Diese waren zum Einen die Kirch-Gruppe, welche heute unter dem Namen *ProSiebenSAT.1 Media AG* bekannt ist und sich zunächst aus den Sendern ProSieben, SAT.1, kabel eins sowie N24 und 9live zusammensetzte. Zum Anderen formte sich die im Besitz der Bertelsmann AG befindliche *RTL Group* durch den Zusammenschluss von RTL, Vox, RTL II und weiterhin n-tv und Super RTL.<sup>32</sup> Diese beiden Senderfamilien existieren bis heute. Zur RTL Group gehören nach aktuellem Stand zusätzlich noch die Sender *RTL Passion*, *RTL Crime*, und *RTL Living*. Die ProSiebenSAT.1 Media AG besitzt heute neben hundertprozentigen Anteilen an den Sendern ProSieben, SAT.1 und Kabel 1 weiterhin direkte Beteiligung an acht weiteren Spartensendern, neben N24 unter anderem *SAT.1 Comedy*, *Kabel 1 classics* und *Sixx*.<sup>33</sup> Auch bei den öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten bestehen heute Senderfamilien. Zur ARD gehören nach derzeitigem Stand neben den Dritten Programmen (*BR Fernsehen*, *hr-fernsehen*, *MDR FERNSEHEN*, *NDR Fernsehen*, *rbb Fernsehen*, *SWR/SR Fernsehen* und *WDR Fernsehen*) noch die Sender *Tagesschau24*, *Eins Plus* und *Eins Festival*. Daneben bestehen beim Betrieb des Senders 3sat, dem Kinderkanal KiKa, dem Nachrichtensender Phoenix und dem deutsch-französischen Sender ARTE Kooperationen mit sowohl dem ZDF als auch dem österreichischen ORF und dem schweizer SF. Das ZDF zählt aktuell neben erwähnten Kooperationen die Sender *ZDF kultur*, *ZDFneo* und *ZDFinfo* zu seiner Sendergruppe.<sup>34 35</sup>

Was das Geschäftsmodell angeht, so unterscheiden sich öffentlich-rechtliche von privaten Sendeanstalten. Der Programmauftrag der öffentlich-rechtlichen TV-Sender ist, die Grundversorgung der Bevölkerung mit informierenden, bildenden und unterhaltenden Inhalten sicherzustellen und soll nach Möglichkeit wirtschaftlich ausgeführt wer-

---

<sup>32</sup> Vgl. Karstens, Eric / Schütte, Jörg (2013), S. 20-22.

<sup>33</sup> Vgl. Wirtz, Bernd: *Medien- und Internetmanagement*, 8., aktualisierte und überarbeitete Auflage, Wiesbaden, 2013, S. 398-400.

<sup>34</sup> Vgl. ARD (Hrsg.): *Dritte Programme*, in: [http://www.ard.de/home/intern/fakten/abc-der-ard/Dritte\\_Programme/468892/index.html](http://www.ard.de/home/intern/fakten/abc-der-ard/Dritte_Programme/468892/index.html) (Zugriff am 31.05.2016).

<sup>35</sup> Vgl. Beyer, Axel (2016), S. 198-201.

den. Um die Umsetzung des Programmauftrags finanzieren zu können, wurde bereits im Jahr 1953 die Fernsehgebühr eingeführt und besteht bis heute in Form der Rundfunkgebühren. Bis 2013 war diese noch an den Besitz eines Empfangsgeräts gebunden. Seitdem entfällt die Gebühr auf jeden Haushalt in Deutschland. Zusätzlich zur Rundfunkgebühr ist es den öffentlich-rechtlichen Sendern möglich, Erlöse aus Werbe- und Sponsoring-Verträgen zu ziehen.<sup>36 37</sup> Laut Rundfunkstaatsvertrag darf die Dauer der gesendeten Werbung in den Programmen der ARD und des ZDF allerdings im Jahresdurchschnitt höchstens 20 Minuten werktäglich betragen. An Werktagen ist die Ausstrahlung von Werbesendungen nach 20 Uhr genauso verboten wie an Sonntagen und bundesweit anerkannten Feiertagen generell.<sup>38</sup> Private Fernsehsender haben keinen gesetzlich vorgeschriebenen Programmauftrag und arbeiten daher ausschließlich gewinnorientiert. Der Werbemarkt besitzt hierbei für die Finanzierung die größte Bedeutung, was sich im Umfang der für Werbesendungen vorgesehenen Programmzeiten bei privaten Fernsehsendern zeigt. Kostenpflichtige Mehrwertdienste und Transaktionserlöse tragen ebenfalls zur Umsatzgenerierung bei. Hierfür sind als Beispiel TV-Shows mit telefonbasierten Mitmach-Elementen wie Gewinnspiele zu nennen.<sup>39</sup>

Nicht nur was Sendervielfalt, Programmangebot und Rezipientenzahl angeht hat das Fernsehen in Deutschland über die Zeit weitreichende Veränderungen durchgemacht. Auch auf technischer Seite lässt sich eine große Entwicklung dokumentieren. So setzte sich in der Bundesrepublik Deutschland frühzeitig die Fernsehnorm *PAL* durch.<sup>40</sup> *PAL* ist die Abkürzung für *Phase Alternating Line* und definiert die Auflösung des Fernsehsignals auf 625 Zeilen, davon 574 Zeilen mit Bildinhalt, und die Vollbildwechselfrequenz auf 25 Hertz. Jedes übertragene Bild besteht dabei aus zwei Halbbildern, welche direkt nacheinander angezeigt werden und für den Betrachter somit ein Vollbild ergeben. Dieses Verfahren nennt sich Zeilensprungverfahren und nützt dem Zweck, die Bildwechselfrequenz auf 50 Hertz zu erhöhen, was wiederum dafür sorgt, dass das menschliche Auge die Bildabfolge als weniger flimmernd empfindet. Das Gegenstück dazu ist die progressive Abtastung, bei der Vollbilder mit allen Zeilen gleichzeitig dargestellt werden. Heutzutage ist zusätzlich *HDTV* (*High Definition Television*) im Fernsichtbereich verbreitet. So starteten die ARD und das ZDF 2010 gemeinsam den

---

<sup>36</sup> Vgl. Messner, Holger (2013), S. 38.

<sup>37</sup> Vgl. Wirtz, Bernd (2013), S. 441.

<sup>38</sup> Vgl. Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien (Rundfunkstaatsvertrag – RStV), in der Fassung vom 21. Dezember 2010, § 16.

<sup>39</sup> Vgl. Wirtz, Bernd (2013), S. 443.

<sup>40</sup> Vgl. Beyer, Axel (2016), S. 200.



Betrieb ihrer hochauflösenden Senderableger, *Das Erste HD* und *ZDF HD*.<sup>41</sup> HDTV zeichnet sich dadurch aus, dass es mit einer weitaus höheren Auflösung arbeitet als noch das PAL-System. Es haben sich zwei Standards für die Spezifikationen von HDTV-Signalen gebildet. Bei der ersten Variante besteht das übertragene Bild aus 1080 aktiven Zeilen mit jeweils 1920 Bildpunkten, was eine Bildauflösung auf über zwei Millionen Bildpunkte (Pixel) bedeutet. Die zweite Variante beinhaltet lediglich knapp eine Million Pixel, aufgeteilt auf 720 Zeilen mit jeweils 1280 Bildpunkten. Aus diesen Angaben lässt sich erkennen, dass das definierte Bildseitenverhältnis bei HDTV 16:9 beträgt und sich damit vom früher verwendeten 4:3-Verhältnis abwendet. Dies hat wahrnehmungspsychologische Gründe, da das breitere Bildseitenverhältnis von HDTV dem natürlichen Sichtfeld des Menschen näher kommt und somit ein eindrucksvolleres Seherlebnis stattfindet. Die Bildwechselfrequenz orientiert sich an herkömmlichen Werten. Gebräuchlich sind somit 24, 25 oder 30 Hertz im Bereich der progressiven Abtastung und 50 oder 60 Hertz im Zeilensprung- (*Interlaced*-)Verfahren.<sup>42</sup> Die öffentlich-rechtlichen Sender setzen aktuell auf das 720p50-HDTV-Format, welches bei der Bildauflösung mit 1280 Pixeln in der Breite und 720 Pixeln in der Höhe arbeitet und 50 Vollbilder pro Sekunde sendet. Im Bereich der privaten Fernsehsender hat sich das Format 1080i50 etabliert, welches mit einer Auflösung von 1920 mal 1080 Pixel und 50 gesendeten Halbbildern pro Sekunde arbeitet.<sup>43</sup> Auch die Distributionswege für das Fernsehsignal haben sich in Deutschland bis heute weiterentwickelt. Ab 1984 wurden Fernsehsender in der Bundesrepublik per Kabel übertragen und mit dem Start des ersten Astra-Satelliten fünf Jahre später war die Distribution nun auch über den Orbit möglich.<sup>44</sup> Gerade der weitreichende Ausbau des Kabelnetzes ermöglichte ab dem Ende der achtziger Jahre den Erfolg der privaten Fernsehsender in Deutschland. Die bisher verfügbaren terrestrischen Frequenzen waren mehr oder weniger vollständig durch die öffentlich-rechtlichen Programme besetzt gewesen. Die Übertragung der Fernsehsignale erfolgt wie bei der terrestrischen Distribution über modulierte elektromagnetische Wellen. Das gleiche Verfahren gilt auch bei der Signalverteilung über Satelliten. Diese haben die Anzahl der empfangbaren TV-Sender deutlich erhöht. Heutzutage beläuft sich diese Zahl durch die Satelliten der in Europa marktführenden Astra-Familie auf

---

<sup>41</sup> Vgl. ARD (Hrsg.): *ASTRA*, in: <http://www.ard.de/home/intern/fakten/abc-der-ard/487768/index.html> (Zugriff am 01.06.2016).

<sup>42</sup> Vgl. Karstens, Eric: *Fernsehen digital. Eine Einführung*, Wiesbaden, 2006, S. 43-47.

<sup>43</sup> Vgl. heise online (Hrsg.): *Petition gegen 720p-HD bei ARD und ZDF*, in: <http://www.heise.de/newsticker/meldung/Petition-gegen-720p-HD-bei-ARD-und-ZDF-941806.html> (Zugriff am 01.06.2016).

<sup>44</sup> Vgl. Messner, Holger (2013), S. 39.

mehrere tausend.<sup>45</sup> Im Jahr 2004 wurde das erste digitale HDTV-Programm über die Astra-Satelliten ausgestrahlt. Bereits zwei Jahre zuvor ging in Berlin die digitale Version des terrestrisch verbreiteten Fernsehens, das *DVB-T*, an den Start.<sup>46</sup> Später wurde das analoge terrestrische Sendesignal für TV-Sender in vielen Gebieten abgeschafft und die Verbreitung von DVB-T dafür weiter gefördert.<sup>47</sup> Seit 2012 ist auch das analoge Satelliten-Fernsehen in Deutschland abgeschaltet und wird nunmehr nur noch digital betrieben.<sup>48</sup>

## 2.2 Video-on-Demand

### 2.2.1 Definition

Der Begriff *Video-on-Demand* beschreibt einen Dienst, welcher es dem Rezipienten anbietet, audiovisuelle Medien individuell abzurufen und dabei zeitlich komplett unabhängig zu sein.<sup>49</sup> Dieser Dienst ist somit interaktiv und kann dem Nutzer Inhalte nach eigenen Vorlieben unmittelbar auf Anfrage zur Verfügung stellen. Im Gegensatz zum Fernsehen ist Video-on-Demand somit nicht als ein zeitlich synchronisiertes Programm für die Zuschauer gedacht, sondern als ein für jeden Konsumenten in Einzelnutzung konzipiertes Distributionsverfahren von Bewegtbildinhalten.<sup>50</sup> Neben der zeitlichen Souveränität und inhaltlichen Selektivität komplettiert die Charakteristik der Möglichkeit zum Pausieren, Wiedergeben und Vorwärts-oder Rückwärtsspulen des anzusehenden Programms je nach jeweiligem Verlangen Video-on-Demand als nicht-lineare Form des Medienangebots.<sup>51 52</sup> Der Übertragungsweg für das verfügbare Angebot ist dabei meist das Internet. Die Anbieter stellen die Inhalte auf einem eigenen Video-Server bereit und initiieren bei einer Anfrage die Übertragung der gewünschten Daten mithilfe eines breitbandigen Vorwärtskanals zum Gerät des Endnutzers. Die Kommunikation vom

---

<sup>45</sup> Vgl. Karstens, Eric (2006), S. 63-71.

<sup>46</sup> Vgl. Messner, Holger (2013), S. 39.

<sup>47</sup> Vgl. Beyer, Axel (2016), S. 198.

<sup>48</sup> Vgl. Spiegel Online (Hrsg.): *Satellitenfernsehen. So überstehen Sie die Analogabschaltung*, in: <http://www.spiegel.de/netzwelt/gadgets/tv-analogabschaltung-ab-dem-30-4-gibt-es-sat-tv-nur-noch-digital-a-829493.html> (Zugriff am 01.06.2016).

<sup>49</sup> Vgl. Kaumanns, Ralf / Siegenheim, Veit (2006), S. 622.

<sup>50</sup> Vgl. techopedia (Hrsg.): *Definition. What does Video on Demand (VoD) mean?*, in: <https://www.techopedia.com/definition/25650/video-on-demand-vod> (Zugriff am 23.05.2016).

<sup>51</sup> Vgl. The Interactive Television Dictionary & Business Index (Hrsg.) (Zugriff am 23.05.2016).

<sup>52</sup> Vgl. Hasebrink, Uwe (2009), S. 7; 24.

Nutzer zum Server geschieht mittels eines schmalbandigeren Rückkanals.<sup>53</sup> Die Datenübertragung der Bewegtbild-Dateien zum Nutzer kann entweder per Download oder Streaming geschehen.<sup>54</sup> Der Unterschied zwischen beiden Verfahren liegt darin, dass beim Download die komplette Datei zunächst auf das eigene Speichermedium des Endgeräts transferiert werden muss, um eine Wiedergabe zu ermöglichen, während beim Streaming die Daten schubweise beim Nutzer ankommen und von diesem somit noch während der laufenden Übertragung bereits konsumiert werden können.<sup>55</sup> <sup>56</sup> Die zur Verfügung stehenden Inhalte können auf Seiten des Konsumenten unter Nutzung verschiedener elektronischer Endgeräte geschaut werden. So ist Video-on-Demand z.B. per PC, Handy, Tablet oder TV-Gerät möglich.<sup>57</sup>

Kommerzielle Video-on-Demand-Dienste arbeiten aktuell mit unterschiedlichen Geschäftsmodellen. Für den Nutzer kostenlos ist dabei das *Ad-supported Video-on-Demand (AVoD)*, also ein Verfahren, welches die Finanzierung durch den Einsatz von Werbung realisiert. Dabei wird Pre-, Mid- oder Postroll-Werbung in den angeforderten Inhalt eingebunden, was bedeutet, das entweder vor, während oder nach der Wiedergabe dem Kunden Werbeinhalte präsentiert werden.

Neben dem in dieser Arbeit hauptsächlich zu untersuchenden Subscription-Video-on-Demand-Modell (SVoD), welches dem Nutzer gegen eine monatliche Gebühr eine uneingeschränkte Auswahl aus einem bestimmten Produktkatalog ermöglicht, haben sich noch der *Electronic Sell Through (EST)* und das *Transactional Video-on-Demand (TVoD)* auf dem deutschen Markt entwickelt. Beide Varianten zeichnen sich dadurch aus, dass der Kunde für jeden gewünschten Inhalt einzeln bezahlt und ihn dann unter unterschiedlichen Nutzungskriterien zur Verfügung gestellt bekommt. Bei Electronic Sell Through-Anbietern ist es möglich, den Film vom Internet-Server des Dienstleisters auf ein eigenes Speichermedium herunterzuladen. Die Nutzungsrechte beschränken sich dabei je nach Unterkategorie auf eine zeitlich uneingeschränkte Nutzung inklusive oder exklusive der Möglichkeit des Kopierens des Inhalts auf eine DVD (*Download to*

---

<sup>53</sup> Vgl. ITWissen (Hrsg.): *Video-on-Demand*, in: <http://www.itwissen.info/definition/lexikon/Video-on-Demand-VoD-video-on-demand.html> (Zugriff am 23.05.2016).

<sup>54</sup> Vgl. Martens, Dirk / Herfert, Jan: *Der Markt für Video-on-Demand in Deutschland*, in: *Media Perspektiven* 2/2013, S. 103.

<sup>55</sup> Vgl. ITWissen (Hrsg.): *Download*, in: <http://www.itwissen.info/definition/lexikon/Download-download.html> (Zugriff am 02.06.2016).

<sup>56</sup> Vgl. ITWissen (Hrsg.): *Streaming-Media*, in: <http://www.itwissen.info/definition/lexikon/Streaming-Media-streaming-media.html> (Zugriff am 02.06.2016).

<sup>57</sup> Vgl. *The Interactive Television Dictionary & Business Index* (Hrsg.) (Zugriff am 23.05.2016).

*Burn* – DTB oder *Download to Own* - DTO) oder auf unbegrenzte Nutzungsrechte innerhalb eines bestimmten Zeitraums (*Download to Rent* – DTR). Transactional Video-on-Demand lässt die Nutzung des jeweiligen Inhalts wahlweise durch Download oder Streaming zu. Der Kunde erhält nach der Bezahlung jedoch nur das Recht, den Film in einem Zeitfenster von meistens 24 bis 48 Stunden so oft wie gewünscht anzusehen. Sonstige Nutzungsrechte sind in der Dienstleistung nicht mit inbegriffen. Dieses Verfahren ist auch unter dem Namen *Pay-per-View* bekannt.<sup>58</sup>

## 2.2.2 Entwicklung und aktueller Stand

Im Folgenden soll ein Überblick über die wichtigsten und bekanntesten Dienste für kostenpflichtiges Video-on-Demand in Deutschland die Entwicklung und den momentanen Status der Angebotslage auf dem deutschen Markt näher beleuchten.<sup>59</sup>

### Amazon Prime Instant Video

Dieser Anbieter entstand aus dem ehemaligen DVD-Verleih und –Versand-Dienst *Lovefilm*, welcher seit 2003 auf dem deutschen Markt vertreten war und sich seit 2006 auch auf die Dienstleistung von Subscription-Video-on-Demand konzentrierte. Nach dem Kauf von Lovefilm durch den globalen Handelskonzern *Amazon* im Jahr 2011 kam es im Februar 2014 zur Übernahme des gesamten bestehenden Kundenstammes und sämtlicher verfügbarer Streaming-Inhalte in das neue Amazon Prime Instant Video-Paket.

---

<sup>58</sup> Vgl. Puffer, Hanna: *Video-on-Demand: Neue Schubkraft durch Netflix?*, in: Media Perspektiven 1/2015, S. 18.

<sup>59</sup> Der komplette Abschnitt des Überblicks wurde in indirekter Zitation nach folgenden Quellen verfasst: die medienanstalten (Hrsg.) (2015), S. 19-22.  
 Nooke, Antonia / Jorgensen, Signe S. / Mikos, Lothar (2015), S. 69-70.  
 Amazon (Hrsg.): *Hilfe und Kundenservice. Über Amazon Prime*, in: <https://www.amazon.de/gp/help/customer/display.html?nodeId=201061460> (Zugriff am 02.06.2016).  
 Netflix (Hrsg.): *Preis wählen*, in: <https://www.netflix.com/de/> (Zugriff am 02.06.2016).  
 Watchever (Hrsg.): *Serien, Shows und Filme direkt online streamen*, in: <http://www.watchever.de/> (Zugriff am 02.06.2016).  
 Maxdome (Hrsg.): *Das maxdome Paket*, in: <https://www.maxdome.de/so-gehts/maxdome-monatspaket> (Zugriff am 02.06.2016).  
 Sky (Hrsg.): *Sky Online. Bestellen*, in: <https://skyonline.sky.de/bestellen/tickets-konfigurieren/?startTransaction=Y&partnerid=5757891&abotyp=N> (Zugriff am 02.06.2016).

Im Gegensatz zur Konkurrenz verlangt Amazon Prime von seinen Kunden keine monatliche, sondern jährliche Zahlung, welche 49 € beträgt. Somit ist der monatliche Preis dieses Anbieters niedriger als bei den meisten Konkurrenten. Hinzu kommt, dass neben dem Zugriff auf sämtliche Streaming-Inhalte der im Gegensatz zum Standard schnellere Premium-Versand für bestellte Artikel im Preis inbegriffen ist.

### **Netflix**

Zehn Jahre nach seiner Gründung fand die ehemalige Onlinevideothek für Video- und DVD-Verleih zum Video-on-Demand-Konzept und stieg 2007 in den US-Online-Streaming-Markt ein. Seit September ist der Anbieter nach einigen Startschwierigkeiten aufgrund von Problemen beim Lizenzerwerb auch auf dem deutschen Markt vertreten, wo er sich mit einer groß aufgesetzten Werbekampagne sowie einer Kooperation mit der Telekom AG in das Bewusstsein der Bevölkerung rückte. Um die Aufmerksamkeitsreichweite weiter zu steigern, steht Netflix mit Herstellern von Unterhaltungselektronik in Zusammenarbeit, welche ab April 2015 die Netflix-Taste in Fernbedienungen von Smart-TVs, BluRay-Playern oder Set-Top-Boxen hervorbrachte. Mit dieser Taste lässt sich das Sortiment des Anbieters schnell und unkompliziert ansteuern.

Der Name Netflix leitet sich aus der englischen Bedeutung für *Filme im Netz*, also *net flicks* ab. Die angebotenen Inhalte lassen sich lediglich über ein Abonnement-Modell beziehen, wobei sich der Preis zwischen 7,99 € und 11,99 € pro Monat, je nach gebuchtem Paket, bewegt.

### **Maxdome**

Maxdome wurde im Jahr 2006 gegründet und war schon damals als Video-Plattform für Subscription-Video-on-Demand mit pauschalen Inhaltspaketen sowie mit zusätzlicher Option zum Einzelabruf im Transactional Video-on-Demand konzipiert. Die Möglichkeit zur Wahl eines der beiden Verfahren bietet der Anbieter seinen Kunden auch heute noch.

Ehemals im Besitz des Telekommunikationsdienstleisters *United Internet*, gehört es seit 2010 zur ProSiebenSAT.1 Media-Gruppe und ist seit Anfang 2015 im Angebot von Unity Media integriert. Der monatliche Abonnement-Preis beläuft sich auf 7,99 €.

### **Watchever**

Watchever ist ein deutsches Tochterunternehmen von *Vivendi*, einem französischen Medienunternehmen. Als erste Online-Streaming-Videothek, welche sich ausschließlich auf das Abonnement-Modell spezialisierte und somit ein Vorreiter für SVoD war, ist

es seit 2013 in Deutschland am Markt und konnte sich anfangs einen hohen Bekanntheitsgrad zuschreiben. Dieser Erfolg nahm später jedoch ab. Kooperationen mit *Bild.de* und *ZDF Enterprises* mit dem Ziel der erweiterten Inhaltsgenerierung für das Streaming-Angebot brachten nicht den erhofften Erfolg. Den Partner *Bild* verlor das Unternehmen im Dezember 2014 an den direkten Konkurrenten Maxdome.

Aktuell ist der Mutterkonzern auf der Suche nach einem neuen Käufer für den Video-on-Demand-Dienstleister. Eine Mitgliedschaft bei Watchever kostet momentan 8,99 € im Monat.

### **Sonstige Anbieter**

*Sky Snap* war der Versuch des Pay-TV Senders Sky, in Deutschland eine Online-Streaming-Bibliothek mit Programminhalten des Senders für Nicht-Sky-Kunden anzubieten. Mittlerweile läuft der Dienst unter dem Namen *Sky Online* und bietet für seine Kunden verschiedene Angebots-Pakete in einem monatlichen Abonnement für 9,99 € bzw. 14,99 €.

Seit 2009 ist der US-Konzern *Apple* mit dem Video-on-Demand-Dienst *iTunes* am deutschen Markt aktiv. Spezialisiert ist das Unternehmen dabei auf die Modelle des Transactional-Video-on-Demand und des Electronic Sell Through. Eine Nutzung im Abonnement ist nicht möglich. Inhalte können nach der Zahlung, je nach gewählter Option, entweder innerhalb von 24 Stunden oder in einem Zeitfenster von 30 Tagen und 48 Stunden nach Beginn der Wiedergabe angesehen werden. Zum Konsumieren der Inhalte sind die iTunes-Software und eine Apple-ID zwingend erforderlich.

Der Video-on-Demand-Service *Videoload*, ins Leben gerufen von T-Online, existiert in Deutschland seit 2003 und bot zunächst lediglich Transactional-Video-on-Demand mit einem Zeitfenster von 24 Stunden an. Ab 2007 wurde das Angebot um die Optionen Download-to-Own und Download-to-Burn ausgebaut. Im März 2009 wurde zudem die Erweiterung *Videoload free* hinzugefügt, welche Inhalte kostenlos aber in Verbindung mit Werbepräsentationen anbot. Aktuell beinhaltet der Dienst Download-to-Rent mit einer 30-tägigen Frist und nach wie vor Download-to-Own. Der Ad-supported Video-on-Demand-Bereich wurde mittlerweile stark eingeschränkt.

## 3 Inhaltliches Angebot

### 3.1 Lineares Fernsehen

#### 3.1.1 Einteilung der Sendungsformate

Der Rundfunkstaatsvertrag gebraucht im Programmauftrag der öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten im Sinne einer Einteilung der Programminhalte die Begriffe *Information*, *Bildung*, und *Unterhaltung*.<sup>60</sup> Eine genaue Einteilung der verschiedenen Inhalte des Fernsehens nach diesen Kategorien gestaltet sich jedoch schwierig, da die Abgrenzung zwischen den jeweiligen Begriffen nicht genau definiert ist und somit Überschneidungen entstehen. Besser geeignet ist hierfür eine Unterscheidung nach den Kommunikationsgattungen *Journalistische Programminhalte*, *Fiktionale Programminhalte* und *Nicht-fiktionale Unterhaltungsinhalte*.

Journalistische Programminhalte zeichnen sich durch die Mitteilung aktueller, relevanter und für den Rezipienten zumindest interessanter Fakten zum allgemeinen Interesse der Gesellschaft aus. Die typischen Sendeformen für diese Gattung sind die Live-Sendung, das Sprechfernsehen, der Film und das Magazin. Der Charakter von Live-Sendungen besteht darin, den Zuschauer örtlich, jedoch nicht zeitlich getrennt von der Sendung an einem Ereignis teilhaben zu lassen und somit ein Gemeinschaftsgefühl zu erzeugen. Das Sprechfernsehen richtet den Fokus nicht auf Ereignisse, sondern auf Redner und Teilnehmer von Diskussionen, wobei sprachliche Äußerungen im Mittelpunkt stehen. Beim Film wird eine zusammenhängende und erkennbare Kommunikation mithilfe audiovisueller Zeichen unabhängig von der Abfolge tatsächlicher Geschehen so gestaltet, wie es dem Zweck der Kommunikation am besten entspricht. Fernsehmagazine verknüpfen die Elemente Film und Sprechfernsehen. *Nachrichtensendungen* sind das Kernelement der journalistischen Berichterstattung und der Information der Zuschauer. Sowohl Wort- als auch Filmbeiträge finden hierbei ihren Einsatz. Beispiele für Nachrichtensendungen sind die *Tagesschau* der ARD oder *heute* im ZDF. Das Format der *Nachrichtenjournale*, wie beispielsweise die *Tagesthemen* in der ARD oder das *heute journal* im ZDF, macht es sich zur Aufgabe, nicht nur Informationen an den Zuschauer zu liefern, sondern diese weiterführend auch einzuordnen und zu hinterfragen. *Politische Magazine* und *Politische Gesprächssendungen* nehmen

---

<sup>60</sup> Vgl. RStV. § 11.

zudem eine Untersuchung politischer Fragen und Diskussionen aus unterschiedlichen Blickwinkeln sowie eine Bewertung von Informationen vor, um als Vermittlung zwischen Politik und Gesellschaft zu fungieren und somit einen Beitrag zur öffentlichen Meinungsbildung zu leisten. *Magazinsendungen* im Allgemeinen richten ihre Aufmerksamkeit im Gegensatz zu Nachrichtensendungen und –journalen nicht auf tagesaktuelle, sondern stattdessen auf latent aktuelle Themen aus den Bereichen der Wirtschaft, Wissenschaft, Kultur und des Verbrauchertums. Aus diesem Grund werden sie auch meist nicht täglich, sondern wöchentlich ausgestrahlt. Weitere Sendungsgattungen dieser Art sind *Reportagen*, *Features* und *Dokumentationen*. Einen weiteren Bereich der journalistischen Programminhalte bildet der *Boulevardjournalismus*, welcher weniger seriös über Ereignisse berichtet und eher sensationsorientiert, emotional und stereotypisch für die allgemeine Gesellschaft weniger bedeutsame Geschehnisse beleuchtet. Diese Formatart findet sich hauptsächlich im Privatfernsehen in Form von Sendungen wie *Explosiv*, *taff* oder *Brisant*. Der Bereich des Sports ist ein weiterer wichtiger Bestandteil und findet seinen Platz im Fernsehprogramm durch *Sportberichterstattungen* in Nachrichten oder spezifischen Sportsendungen sowie in Live-Übertragungen von Sportereignissen wie Fußballspielen, Olympia oder Weltmeisterschaften. *Morgenmagazine* und das *Frühstücksfernsehen* gelten als Konvergenzgattung, da sie journalistische Inhalte mit Elementen der Unterhaltung kombinieren (*Infotainment*).

Bei den fiktionalen Programminhalten wird im Gegensatz zum journalistischen Bereich kein Anspruch auf Faktizität erhoben, was bedeutet, dass Geschichten erzählt werden, welche in eigens konstruierten Welten und Wirklichkeiten existieren, somit erfunden (fiktiv) sind und lediglich zum Teil mit tatsächlichen Fakten verbunden werden. Die typische Sendeform für diese Inhalte ist der Film. *Spielfilme*, welche für das Kino produziert werden, weisen meist eine Laufzeit um die 90 Minuten auf und erzählen eine in sich geschlossene Geschichte, welche durch eine optimierte audiovisuelle Gestaltung unterstützt wird. Im Fernsehen sind solche Filme erst nach der Veröffentlichung im Kino und auf Heimmedien, wie DVDs und BluRays, zu sehen. *Fernseh-Spielfilme* entstehen im Gegensatz dazu in der Eigenproduktion der Sender und sind auch in der Gestaltung speziell an eine Ausstrahlung im Fernsehprogramm angepasst. Oftmals kommt es im Bereich der Fiktion auch zur Serienbildung, d. h. Geschichten werden über mehrere Einheiten und nicht in einer einzigen Sendung erzählt. Dies kann in Form von Mehrteiler-Spielfilmen oder (Fernseh-)Serien passieren. Ziel dieses fernsehtypischen Verfahrens ist es, einen einzelnen Beitrag nicht im Rest des TV-Programms untergehen zu lassen und die Aufmerksamkeit der Zuschauer längerfristig an diese fiktiven Inhalte zu binden. Dabei unterscheidet man zwischen den Fällen der einzelnen, abgeschlossenen Handlungen pro Folge oder einer über mehrere Einheiten verteilte Handlung. Sehr bekannte Beispiele für eine solche Reihe sind der *Tatort*, die *Lindenstraße* oder *Gute Zeiten, schlechte Zeiten*. Fiktionale Filme und Serien werden basie-



rend auf ihre Handlungen und Thematiken in Genres eingeteilt. Die gängigsten sind dabei *Drama*, *Komödie* bzw. *Comedy*, *Romantik*, *Thriller*, *Krimi*, *Horror*, *Science Fiction* oder *Animation*. Eine Hybridform zwischen inhaltlichem Realitätsanspruch bei gleichzeitiger künstlicher Inszenierung (*Scripted Reality*) ist das *Reality TV*. Dazu gehören *Gerichtssshows*, *Pseudo-Dokumentationen* (*Familien im Brennpunkt*), *Coaching-Reportagen* (*Die Supernanny*, *Raus aus den Schulden*), *Makeover-Formate* (*Einsatz in 4 Wänden*) und *Swap-Formate* (*Frauentausch*). Eine dramaturgische Gestaltung mit gezieltem Einsatz von Stereotypen, Sensationen und Emotionen charakterisieren dieses Format, welches sich ausschließlich im Privatfernsehen entwickelte.

Unter nicht-fiktionalen Unterhaltungsinhalten werden neben Sendungen wie Magazinen, Ratgebern, Reportagen, Übertragungen und Talkshows, in denen das unterhaltende Element im Zusammenwirken mit journalistischen Inhalten eingesetzt wird, hauptsächlich konventionelle Fernsehshows verstanden. Dazu gehören *Spielshows* und *Quizsendungen*, in denen Geschicklichkeitsspiele und Wissenstests nach eigens geschaffenen Spielregeln Einsatz finden und dabei gesellschaftliche Werte wie Leistungsbereitschaft, Kooperation und Fairness in den Fokus stellen. Bekannte Beispiele aus den letzten Jahren sind hierfür *Wetten, dass..?* oder *Wer wird Millionär?*. Weiterhin sind dieser Gattung *Musik- und Comedy-Shows* zuzuordnen, wobei der Unterschied zu Spielshows darin besteht, dass die Darbieter die gezeigten Tätigkeiten meist professionell bzw. als Berufung ausüben und die Darstellung daher gekonnt und spektakulär ist. Kabarett- und Satiresendungen fallen ebenfalls in die Gattung der nicht-fiktionalen Unterhaltung. Die übergreifende Charakteristik dieser Formate ist das Erschaffen eines Zusammengehörigkeitsgefühls zwischen den Akteuren vor der Kamera, dem Studio-Publikum und den Zuschauern vor den Fernsehgeräten. Das Fernsehen agiert dabei als Veranstalter und schafft für die Zuschauer Möglichkeiten zur Erholung und Entspannung.<sup>61</sup>

### 3.1.2 Aktuelle Programmgestaltung

Von der Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten wurde eine Untersuchung zur aktuellen Programmgestaltung und Entwicklung im deutschen Fernsehen für das Jahr 2015 in Auftrag gegeben und seitens der GöfaK Medienforschung GmbH durchgeführt. Diese Untersuchung bezieht sich auf eine Stichprobenwoche und analysiert die Inhalte der öffentlich-rechtlichen Programme ARD und ZDF sowie der privaten Sender der RTL-Mediengruppe (RTL, RTL II und VOX) und der ProSiebenSat.1-

---

<sup>61</sup> Vgl. Karl Nikolaus Renner: *Fernsehen*, Konstanz, 2012, S. 84-104.

Mediengruppe (Sat.1, ProSieben und kabel eins). Diese Auswahl wird mit einem akkumulierten Zuschauermarktanteil der genannten Sender von etwa 60 Prozent begründet, was sie zu den reichweitenstärksten Programmanbietern in Deutschland macht. Wie auch im letzten Abschnitt dieser Arbeit wurden im Rahmen dieser Analyse alle Sendungen einer der drei Kategorien *Fernsehpublizistik* (was den journalistischen Programminhalten entspricht), *Fiktionale Unterhaltung* und *Non-fiktionale Unterhaltung* zugeordnet und deren zeitlicher Sendeanteil am kompletten Tagesprogramm prozentual angegeben.

### Programmsparten 2015

Zeitumfang pro Tag in Prozent<sup>1</sup>

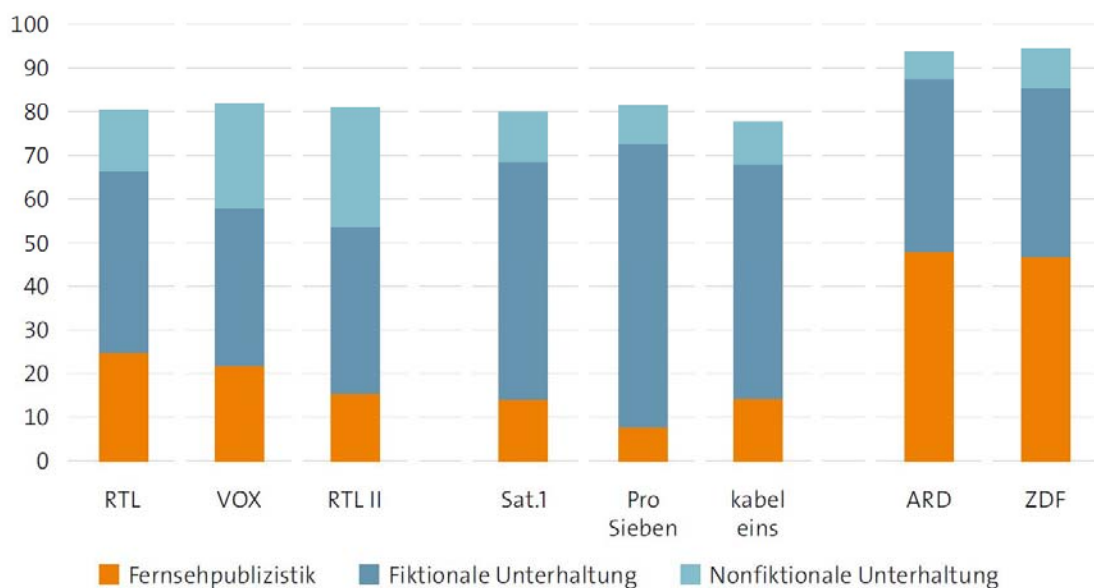


Abbildung 1: Übersicht der Anteile der Sendungsgattungen am Tagesprogramm 2015  
(Trebbe, Joachim / Beier, Anne (2016), S. 31.)

Wie in der Übersicht zu erkennen ist die Sparte der fiktionalen Unterhaltung bei den privaten Sendern weitaus dominanter vertreten als bei den öffentlich-rechtlichen Programmanbietern. Spitzenreiter ist hierbei ProSieben mit 65 Prozent, gefolgt von Sat.1 und kabel eins mit jeweils 54 Prozent. Somit nehmen bei den Sendern der ProSieben-Sat.1-Mediengruppe die fiktionalen Programmformate über die Hälfte der kompletten Sendezeit ein. Entsprechend gering fallen daher im Vergleich die Anteile der non-fiktionalen Unterhaltung aus. Während Sat.1 und kabel eins hierbei mit 12 bzw. 10 Prozent verbucht werden, kommt ProSieben lediglich auf 9 Prozent. Auch im Bereich der fernsehpublizistischen Inhalte fällt das Angebot in dieser Sendergruppe mit jeweils 14 Prozent bei Sat.1 und kabel eins und 8 Prozent bei ProSieben sehr gering aus.

Die Senderfamilie um RTL, RTL II und VOX weist eine ausgeglichene Spartenauflage in ihrem Programm auf. So liegen die fiktionalen Inhalte im Vergleich nurmehr bei

36 bis 42 Prozent. Dafür liegt der Anteil der Fernsehpublizistik mit 15 bis 25 Prozent höher als bei der konkurrierenden Privatsender-Familie und auch die non-fiktionale Unterhaltung ist im Schnitt stärker vertreten.

Bei der Betrachtung der öffentlich-rechtlichen Fernsehsender ARD und ZDF fällt eine große Abweichung zu den Privaten auf. So stehen fernsehpublizistische Anteile am TV-Programm stark im Vordergrund, was auf den gesetzlich festgelegten Programmauftrag zurückzuführen ist. Beinahe die Hälfte der gantztägigen Sendezeit entfällt auf informationsgebende, -bewertende und journalistisch thematisierte Inhalte, während sich der Bereich der Fiktion mit jeweils um die 40 Prozent mit der RTL-Mediengruppe vergleichen lässt. Non-fiktionaler Unterhaltung bleiben folglich nicht mehr als 6 bis 9 Prozent am Tagesprogramm.

In dieser Betrachtung war bisher die neuartige Entwicklung der Reality-TV-Formate in allen Gattungen mit in die Anteile am Senderprogramm einberechnet. Stellt man diese nun als einen eigenen Bereich dar und trennt sie somit von den konventionellen Formaten, ergeben sich teils drastische Änderungen.

### Programmsparten und Reality-TV 2015

Zeitungsfang pro Tag in Prozent<sup>1</sup>

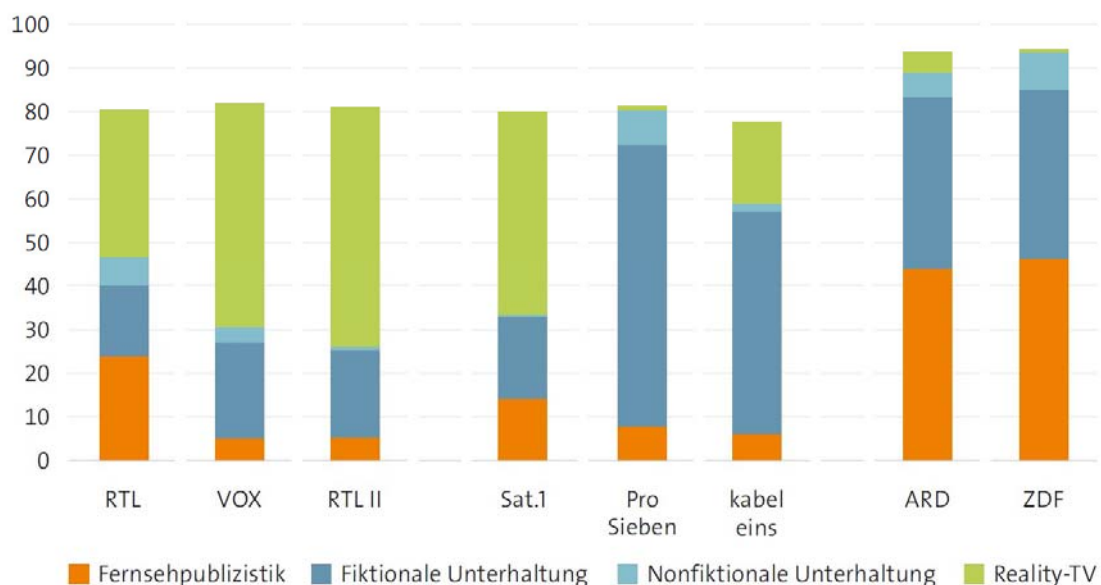


Abbildung 2: Übersicht der Anteile der Sendungsgattungen am Tagesprogramm 2015 mit Reality-TV (Trebbe, Joachim / Beier, Anne (2016), S. 33.)

Reality-TV ist in dieser Abbildung mit einer eigenen Aufteilung in fiktionale Unterhaltung (gescriptete Doku-Soaps, Gerichtssshows und Personal-Help-Shows), non-fiktionale Unterhaltung bzw. performative Formate (Casting-, Coaching-, Improvement-, Personensuchformate) und Fernsehpublizistik bzw. narrative Reality-TV-Formate (Do-

ku-Soaps, Daily Talks) definiert. Die eigenständige Darstellung dieser Formate kann somit Auswirkungen auf alle drei Hauptgattungen haben.

Im Bereich der Fernsehpublizistik ist ein klarer Unterschied zwischen RTL und den beiden anderen Sendern der Sendergruppe zu verzeichnen. Während ersterer Sender hier weniger als 1 Prozent an narrativen Reality-TV-Formaten auszuweisen hat und dafür ein knappes Viertel des ganztägigen Programms mit klassischen fernsehpublizistischen Sendungen (Nachrichtensendungen, Magazine, Reportagen) füllt, gestaltet sich die Situation bei RTL II und VOX insofern umgekehrt, dass beide lediglich 5 Prozent der Sendezeit für klassische Formate und dafür das Doppelte bzw. Dreifache für Reality-TV in dieser Sparte reservieren. Bei den fiktionalen Unterhaltungsangeboten gestaltet es sich wiederum umgekehrt. Hier sendet RTL mehr Scripted Reality als Standardformate wie Spielfilme und Serien, während RTL II und VOX mit 20 bis 22 Prozent mehr klassische als Reality-Formate (14 bis 18 Prozent) bringen. Sehr deutlich wird der Einsatz von Reality-Formaten auch bei der non-fiktionalen Unterhaltung. RTL II und VOX weisen hier nur 1 bzw. 4 Prozent für konventionelle Inhalte wie Spiel- und Quizshows bei über 20 Prozent Anteil für performative Sendungen aus.

In der ProSiebenSat.1-Mediengruppe zeigt sich ein anderes Bild. Sat.1 und ProSieben setzen in der Fernsehpublizistik überhaupt nicht auf narrative Formate. Lediglich kabel eins bringt mit 8 Prozent der Sendezeit mehr Realitätsfernsehen als Standardformate auf. Ähnlich verhält es sich im Bereich der Fiktion. ProSieben zeigt gar kein Scripted Reality und füllt diesen Anteil komplett mit konventionell produzierten Filmen und Serien. Auch kabel eins verwendet lediglich 3 der 54 Prozent in dieser Sparte für solche Formate. Im starken Gegensatz dazu steht Sat.1, wo über die Hälfte der Sparte aus Realitätsfernsehen besteht. ProSieben bleibt der Linie auch bei der non-fiktionalen Unterhaltung treu und sendet mit 1 Prozent Programmanteil kaum Reality-TV, während Sat.1 und kabel eins fast ausschließlich performative Inhalte ausstrahlen.

Bei den öffentlich-rechtlichen Sendern wird kaum Realitätsfernsehen gezeigt. In der ARD liegt der Anteil von narrativen fernsehpublizistischen Inhalten, welche mit denen der Privatsender vergleichbar sind, bei gerade einmal 4 Prozent. In den anderen Sparten kommen Reality-TV-Formate gar nicht vor. Noch geringer ist der Anteil im ZDF, wo er sich auf unter 1 Prozent beläuft.<sup>62</sup>

---

<sup>62</sup> Vgl. Trebbe, Joachim / Beier, Anne: *Fernsehen 2015. Aktuelle Programmentwicklungen*, in: die medienanstalten – ALM GbR (Hrsg.): *Programmbericht 2015. Fernsehen in Deutschland. Programmforschung und Programmdiskurs*, Berlin, 2016, S. 23-38.

Die Studie analysierte neben den Sendeanteilen der verschiedenen Inhaltssparten ebenfalls die Anteile von Eigenproduktionen bzw. Auftrags- und Koproduktionen deutscher Fernsehsender im Vergleich zu Kaufproduktionen im täglichen TV-Programm. Unter Programmeinkauf versteht man im Normalfall die Beschaffung von Spielfilmen sowie fiktionalen Serien und Dokumentationen über externe Produzenten oder Zwischenhändler. Beschaffung heißt dabei, eine Lizenz für die Nutzung eines urheberrechtlich geschützten Werkes nach definierten Bedingungen zu erwerben.<sup>63</sup>

### Produktionscharakteristik der Programmangebote 2015

Zeitumfang pro Tag in Std.:Min.<sup>1</sup>

	RTL	VOX	RTL II	Sat.1	Pro Sieben	kabel eins	ARD	ZDF
<b>Produktionscharakteristik</b>								
<b>Fernsehpublizistik</b>	05:43	01:09	01:17	03:21	01:50	01:26	10:34	11:07
Eigen-, Auftrags-, Koproduktionen	05:43	01:09	01:17	03:20	01:50	01:19	10:34	11:07
Kaufproduktionen	–	–	–	00:01	–	00:07	–	–
<b>Fiktionale Unterhaltung</b>	03:56	05:14	04:49	04:30	15:37	12:17	09:28	09:16
Eigen-, Auftrags-, Koproduktionen	02:10	–	–	00:34	–	–	07:34	06:42
Kaufproduktionen	01:46	05:14	04:49	03:56	15:37	12:17	01:54	02:34
<b>Nonfiktionale Unterhaltung</b>	01:35	00:55	00:08	00:07	01:51	00:25	01:22	02:03
Eigen-, Auftrags-, Koproduktionen	01:35	00:55	–	00:07	01:51	00:25	01:22	02:03
Kaufproduktionen	–	–	00:08	–	–	–	–	–
<b>Reality-TV-Formate</b>	08:04	12:19	13:12	11:12	00:14	04:32	01:04	00:12
Eigen-, Auftrags-, Koproduktionen	08:04	11:47	13:12	11:12	00:14	04:32	01:04	00:12
Kaufproduktionen	–	00:32	–	–	–	–	–	–
<b>Sonstige Sendungen</b>	–	–	–	00:00	00:00	–	00:40	00:27
Eigen-, Auftrags-, Koproduktionen	–	–	–	00:00	00:00	–	00:40	00:27
<b>Gesamt</b>	<b>19:18</b>	<b>19:37</b>	<b>19:26</b>	<b>19:10</b>	<b>19:32</b>	<b>18:40</b>	<b>23:08</b>	<b>23:05</b>
Eigen-, Auftrags-, Koproduktionen	17:32	13:51	14:29	15:13	03:55	06:16	21:14	20:31
Kaufproduktionen	01:46	05:46	04:57	03:57	15:37	12:24	01:54	02:34

Abbildung 3: Sendezeiten von Eigen-, Auftrags-, Ko- und Kaufproduktionen deutscher Fernsehsender 2015

(Trebbe, Joachim / Beier, Anne (2016), S. 42.)

Auffällig ist hierbei, dass das Verhältnis zwischen eigens initiierten und durchgeführten Produktionen im Vergleich zu eingekauften Inhalten von Sender zu Sender sehr variiert. Das liegt vor allem an den sich stark unterscheidenden Sendezeiten der Kauf-

<sup>63</sup> Vgl. Karstens, Eric / Schütte, Jörg (2013), S. 199.

produktionen im Bereich der fiktionalen Unterhaltung, wobei ProSieben und kabel eins mit über 15 bzw. 12 Stunden bisweilen weit über die Hälfte ihres täglichen TV-Programms mithilfe solcher Inhalte gestalten, während die anderen Sender, private sowie öffentlich-rechtliche, in diesem Bereich nicht über fünf Stunden Sendezeit erreichen. Die fiktionale Unterhaltung ist die einzige Sendungsgattung, in der Kaufproduktionen wirklich bedeutsam in der Gestaltung des Programms sind.<sup>64</sup>

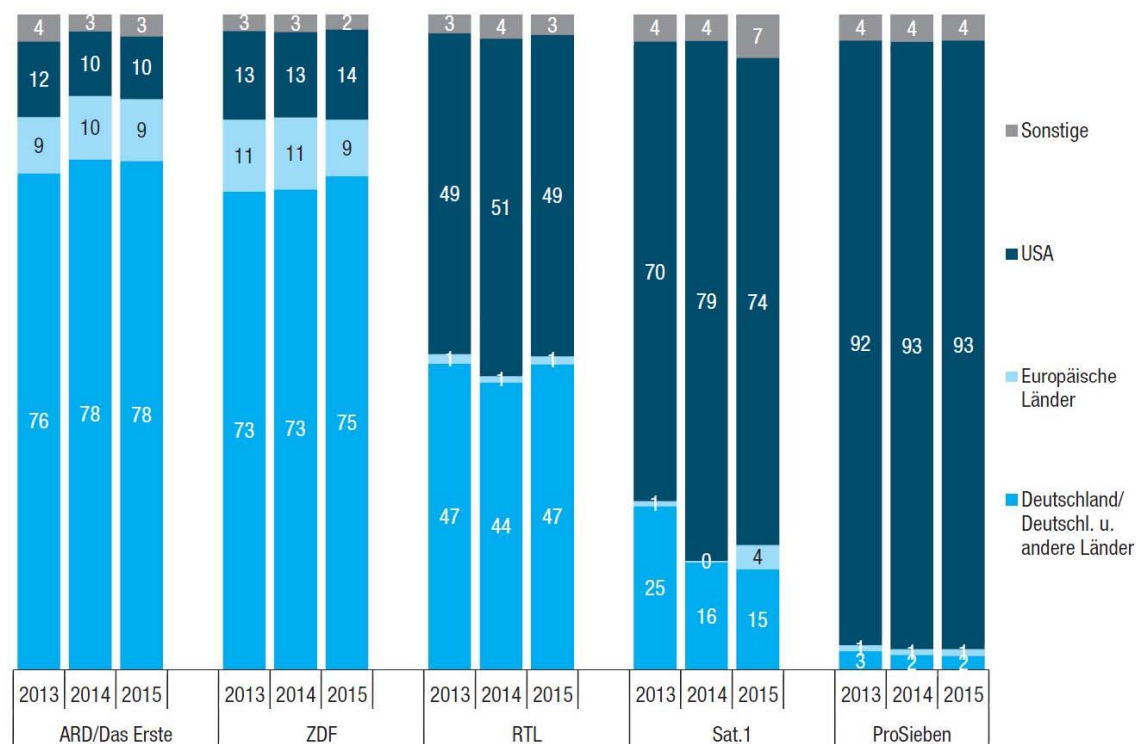


Abbildung 4: Produktionsländer der Fictionsendungen im deutschen Fernsehen 2013 bis 2015 (Krüger, Udo Michael (2016), S. 184)

Untersucht man die Produktionsländer der fiktionalen Unterhaltungsinhalte deutscher Fernsehsender, so zeigt sich, dass Sendungen dieser Gattung bei den privaten TV-Sendern nicht zum Großteil in Deutschland entstanden sind. Stattdessen nehmen Produktionen aus den USA die Mehrheit ein, bei ProSieben sogar über 90 Prozent. Die öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten bieten dagegen zu ungefähr drei Vierteln deutsche Produktionen an, während der restliche Anteil sich im Schnitt zwischen den USA und europäischen Ländern gleichmäßig verteilt.<sup>65</sup>

<sup>64</sup> Vgl. Trebbe, Joachim / Beier, Anne (2016), S. 42-43.

<sup>65</sup> Vgl. Krüger, Udo Michael: *Profile deutscher Fernsehprogramme. Tendenzen der Angebotsentwicklung*, in: Media Perspektiven, 3/2016, S. 184.

## 3.2 Video-on-Demand

Alle der hierfür untersuchten Video-on-Demand-Anbieter bringen auf ihren jeweiligen Internetauftritten zum Ausdruck, dass den Kunden ein Angebot von Filmen und Serien erwartet. So präsentiert Amazon Prime Instant Video bei Besuch der Startseite direkt eine Auflistung verschiedener Kategorien wie *Top Serien*, *Top-Filme*, *Serientrends* oder *Beliebte Filme* und schlägt dem Besucher auch direkt verschiedene Genre wie *Actionfilme*, *Filme Komödie und Unterhaltung*, *Romantische Serien* oder *Dramaserien* vor.<sup>66</sup> Maxdome wirbt im Home-Bereich der Plattform für „Die besten Serien und Filme – Ohne Werbeunterbrechung, wann und wo du willst“, während Netflix einen „Unbegrenzten Zugang zu Filmen und Serien“ verspricht.<sup>67</sup> <sup>68</sup> Watchever beschreibt den eigenen Service mit „Serien, Shows und Filme direkt online streamen“ und erweckt im Gegensatz zu den anderen Anbietern somit die Erwartung auf ein zusätzliches Angebot neben Filmen und Serien.<sup>69</sup>

Da Filme und Serien die typischen (Sende-)Formen der Fiktion sind, lässt sich daraus schließend vermuten, dass die Streaming-Dienste den Fokus ihres Angebots auf eben jene fiktionalen Inhalte bzw. auf fiktionale Unterhaltung legen. Um diese Vermutung bestätigen oder widerlegen zu können, werden im Folgenden die vier bereits genannten Video-on-Demand-Anbieter auf ihr inhaltliches Angebot hin untersucht. Dafür werden zunächst allgemeine Angaben zur Menge und Kategorisierung der Inhalte gegeben. Daraufhin werden diese Daten zusammen mit der Analyse einer Stichprobenuntersuchung herangezogen, um ein prozentuales Verhältnis der angebotenen Inhalte nach den Gattungen *Publizistik*, *Fiktion*, *Nicht-fiktionale Inhalte* und *Reality-Inhalte* darstellen zu können. Dies wird vorgenommen, um die Struktur des inhaltlichen Angebots der Streaming-Dienste später mit der des linearen Fernsehens vergleichen zu können. Die durchgeführte Stichprobe umfasst dabei für jeden der vier Video-on-Demand-Anbieter eine zufällige Programmzusammenstellung aus 200 Titeln, jeweils 100 aus den Bereichen *Filme* und *Serien*. Dabei ist zu beachten, dass alle potentiellen Inhalte, also auch nicht-fiktionale, sich bei der Datenerhebung diesen beiden Kategorien zuordnen lassen.

---

<sup>66</sup> Vgl. Amazon (Hrsg.): *Amazon Video*, in: [https://www.amazon.de/Amazon-Video/b/ref=nav\\_shopall\\_aiv?ie=UTF8&node=3010075031](https://www.amazon.de/Amazon-Video/b/ref=nav_shopall_aiv?ie=UTF8&node=3010075031) (Zugriff am 28.06.2016).

<sup>67</sup> Maxdome (Hrsg.): *Maxdome*, in: <https://www.maxdome.de/> (Zugriff am 28.06.2016).

<sup>68</sup> Netflix (Hrsg.): *Wählen Sie ein Abo und sehen Sie sich sämtliche Titel auf Netflix an.*, in: <https://www.netflix.com/de/> (Zugriff am 28.06.2016).

<sup>69</sup> Watchever (Hrsg.): *Watchever*, in: <http://www.watchever.de/> (Zugriff am 28.06.2016).



### 3.2.1 Amazon Prime Instant Video

Die folgenden Daten stammen aus einer Erhebung nach den eigenen Angaben des Anbieters.<sup>70 71</sup>

Amazon Prime Instant Video			
Filme	4631	Serien	1465
Drama	929	Drama	550
Komödie & Unterhaltung	922	Kinder & Familie	420
Action & Abenteuer	646	Komödie & Unterhaltung	348
Dokumentation	543	Zeichentrick	335
Thriller	507	Krimi	181
Zeichentrick	397	Science Fiction	141
Horror	367	Dokumentation	136
Musik	203	Thriller	128
Science-Fiction	198	Action & Abenteuer	122
International	194	Romantik	109
Independent & Arthouse	172	Horror	84
Musikfilm, Tanz, Theater	164	International	74
Kinder & Familie	146	Fantasy	72
Romantik	130	Anime	62
Anime	117	Historienfilm	47
Sport	87	Sport	40
Krimi	86	Reality-TV	33
Fantasy	72	Musikfilm / Tanz & Theater	15
Fitness	70	Independent & Arthouse	12
Kriegsfilm	66	Musik	11
Historienfilm	49	LGBT	5
Western	30	Fitness	4
Erotik	13	Kriegsfilm	3
Reality-TV	9	Western	2
Bollywood	3		

Abbildung 5: Übersicht des inhaltlichen Angebots von Amazon Prime Instant Video (eigene Darstellung, aus: Amazon (Hrsg.): Amazon Video. Filme. In Prime enthalten bzw. Amazon Video. Serien. In Prime enthalten)

Wie aus der Abbildung zu erkennen ist ein Großteil der Genres, denen sich die insgesamt 4631 Filme und 1465 Serien von Amazon Prime Instant Video zuordnen lassen,

<sup>70</sup> Vgl. Amazon (Hrsg.): Amazon Video. Filme. In Prime enthalten, in: [https://www.amazon.de/gp/search/other/ref=sr\\_sa\\_p\\_n\\_theme\\_browse-bin?rh=n%3A3010075031%2Cn%3A%213010076031%2Cn%3A3015915031%2Cp\\_n\\_ways\\_to\\_watch%3A7448695031&bbn=3015915031&pickerToList=theme\\_browse-bin&ie=UTF8&qid=1466608803](https://www.amazon.de/gp/search/other/ref=sr_sa_p_n_theme_browse-bin?rh=n%3A3010075031%2Cn%3A%213010076031%2Cn%3A3015915031%2Cp_n_ways_to_watch%3A7448695031&bbn=3015915031&pickerToList=theme_browse-bin&ie=UTF8&qid=1466608803) (Zugriff am 22.06.2016).

<sup>71</sup> Vgl. Amazon (Hrsg.): Amazon Video. Serien. In Prime enthalten, in: [https://www.amazon.de/s/ref=sr\\_rot\\_p\\_n\\_ways\\_to\\_watch\\_1?fst=as%3Aoff&rh=n%3A3010075031%2Cn%3A%213010076031%2Cn%3A3015916031%2Cp\\_n\\_ways\\_to\\_watch%3A7448695031&bbn=3015916031&sort=featured-rank&ie=UTF8&qid=1467213773&rnid=7448692031](https://www.amazon.de/s/ref=sr_rot_p_n_ways_to_watch_1?fst=as%3Aoff&rh=n%3A3010075031%2Cn%3A%213010076031%2Cn%3A3015916031%2Cp_n_ways_to_watch%3A7448695031&bbn=3015916031&sort=featured-rank&ie=UTF8&qid=1467213773&rnid=7448692031) (Zugriff am 22.06.2016).



dem Bereich der Fiktion angehört.<sup>72</sup> Zudem lassen sich lediglich die Bereiche *Dokumentationen* und *Reality-TV* eindeutig als nicht-fiktional im klassischen Sinne (unter Ausschluss von Reality-Inhalten in die Definition der Fiktionsinhalte) klassifizieren. Dies würde bedeuten, dass aus den insgesamt 6096 angebotenen Inhalten 721 klar nicht-fiktionaler Natur sind. Dies entspricht einem Anteil von knapp 12 Prozent. Der Publizistik würden in Form der Dokumentationen davon leicht über 11 Prozent des Angebots zugerechnet werden. Reality-Inhalte kommen dagegen lediglich auf einen halben Prozentpunkt. Fiktionale Inhalte überwiegen diese Anteile somit immens.

Die eigens durchgeführte Stichprobenuntersuchung zum Angebot von Amazon Prime Instant Video soll diese Angaben präzisieren und gegebenenfalls entstandenen Ungenauigkeiten entgegenwirken, welche durch unpräzise Angaben des Anbieters, mögliche Überschneidungen zwischen den Genres und damit einhergehenden Verzerrungen in der Klassifizierung der Inhalte entstehen könnten.<sup>73</sup>

Von den 100 untersuchten Elementen im Film-Bereich lassen sich mithilfe einer Genre-einordnung 97 als fiktionale Inhalte klassifizieren. Lediglich 3 der ausgewählten Titel sind nachweislich Dokumentationen und gehören somit dem nicht-fiktionalen Bereich der Publizistik an. Innerhalb der fiktionalen Inhalte lässt sich ein Anteil von 12 Prozent für Filme ermitteln, welche mindestens teilweise in Deutschland produziert wurden. Lediglich 4 der 97 Filme entsprechen Eigen-, Auftrags- oder Ko-Produktionen von deutschen Fernsehsendern. Im Bereich der Serien fällt die Untersuchung noch einseitiger aus. Hier ergeben sich ausschließlich fiktionale Inhalte, wovon nur 4 Prozent in Deutschland produziert wurden. Ebenfalls 4 der 100 Serientitel sind Produktionen von TV-Sendern. Insgesamt lässt sich im Rahmen der Stichprobenuntersuchung für diesen Video-on-Demand-Anbieter somit folgende Bilanz ziehen: Über 98 Prozent der untersuchten Inhalte sind fiktionaler Natur, wovon sich 8 Prozent als deutsche Produktionen und 4 Prozent als Produktionen in Kooperation mit deutschen TV-Sendern erkennen lassen. Weniger als 2 Prozent der Inhalte sind nicht fiktional.

Die Stichprobenuntersuchung kommt somit zu einem ähnlichen Ergebnis wie die Analyse der diensteigenen Angaben. Fiktionale Inhalte überwiegen im Angebot sehr eindeutig und bestehen zum größten Teil aus internationalen bzw. Kaufproduktionen (aus

---

<sup>72</sup> Siehe 3.1, S. 22 bzw. Vgl. Bleicher, Kristin: *Genre und Fernsehen*, in: Kuhn, Markus u.a. (Hrsg.): *Filmwissenschaftliche Genreanalyse*, Berlin, 2013, S. 370.

<sup>73</sup> Eine detaillierte Darstellung der Stichproben dieses Dienstes und der anderen Anbieter inklusive der jeweiligen dafür herangezogenen Quellen befindet sich im Anhang auf den Seiten XIX bis LXVIII. Im Folgenden wird wiederholt darauf Bezug genommen.

der Perspektive deutscher TV-Sender). Andere Gattungen sind dagegen vergleichsweise gering vertreten.

### 3.2.2 Netflix

Netflix macht keine eigenen Angaben zu den genauen Zahlen und Einordnungen der angebotenen Inhalte. Aus diesem Grund wurden die folgenden Daten aus einer externen Quelle entnommen, welche ebenfalls eine gattungsunabhängige Einteilung in Filme und Serien vornimmt.<sup>74 75</sup>

Netflix			
Filme		Serien	
	1228		357
Komödie	500	Drama	131
Drama	492	Komödie	108
Action	377	Animation	92
Abenteuer	376	Action	86
Thriller	269	Abenteuer	67
Familie	230	Fantasy	62
Romantik	213	Science Fiction	55
Fantasy	178	Krimi	46
Krimi	177	Kids	45
Doku	168	Thriller	45
Science Fiction	140	Mystery	37
Horror	114	Doku	35
Animation	99	Familie	31
Kids	98	Horror	16
Mystery	66	Romantik	14
Musik	56	Musik	2
Sport	42	Western	2
Western	12		

Abbildung 6: Übersicht des inhaltlichen Angebots von Netflix  
(eigene Darstellung, aus WSE GmbH & Co. KG (Hrsg.): *WerStreamt.es?*. Liste aller Filme, die bei Netflix verfügbar sind bzw. *WerStreamt.es?*. Liste aller Serien, die bei Netflix verfügbar sind)

Ähnlich wie bei Amazon Prime Instant Video lässt sich auch hier anhand der Genres feststellen, dass kaum nicht-fiktionale Inhalte angeboten werden. Nach diesen Angaben sind die insgesamt 203 Dokumentationen mit einem Anteil von knapp 13 Prozent am kompletten Angebot die einzigen eindeutigen Vertreter der Publizistik und somit einer anderen Gattung neben der Fiktion, welche damit wiederum auch bei diesem

<sup>74</sup> Vgl. WSE GmbH & Co. KG (Hrsg.): *WerStreamt.es?*. Liste aller Filme, die bei Netflix verfügbar sind, in: <https://www.werstreamt.es/filme/anbieter-netflix> (Zugriff am 26.06.2016).

<sup>75</sup> Vgl. WSE GmbH & Co. KG (Hrsg.): *WerStreamt.es?*. Liste aller Serien, die bei Netflix verfügbar sind, in: <https://www.werstreamt.es/serien/anbieter-netflix> (Zugriff am 26.06.2016).

Anbieter weit überlegen ist. Inhalte aus den Bereichen der Nicht-fiktionalen Unterhaltung und des Reality-TV können in diesen Daten nicht eindeutig erkannt werden.

Die Stichprobenanalyse des Netflix-Angebots bestätigt die Charakteristik dieser Angebotsverteilung. Sind im Bereich der Filme 83 Prozent der untersuchten Inhalte fiktional, so liegt dieser Wert bei den Serienformaten sogar bei über 95 Prozent. Der Anteil der deutschen Produktionen an den fiktionalen Angeboten ist dabei mit 4 Prozent halb so groß wie im Filmbereich. Deutsche Fernsehsender waren lediglich bei 3 (Filme) bzw. 4 Prozent (Serien) der Inhalte an der Produktion beteiligt. Somit ergibt sich bei der Kombination beider Formate ein überwiegender Anteil der fiktionalen Inhalte von knapp 89 Prozent. Die Publizistik schafft es mit 21 von 200 analysierten Titeln des Abrufdienstes immerhin auf ein gutes Zehntel des Sortiments von Netflix, wobei es sich im Rahmen der Untersuchung bei allen Titeln dieser Gattung um Dokumentationen handelt, wovon lediglich eine durch Unterstützung eines deutschen Fernsehsenders entstand. Andere Gattungen sind im Ergebnis der Untersuchung nicht vertreten.

Es lässt sich somit auch bei Netflix festhalten, dass die Stichprobenuntersuchung die vorangegangenen Vermutungen bestätigt. Fiktionale Inhalte sind auch bei diesem Dienst zu einem weitaus größeren Anteil vertreten als die der anderen Gattungen. Weiterhin werden hauptsächlich internationale bzw. aus der Sicht von TV-Sendern als Kaufproduktionen kategorisierte Inhalte angeboten.

### 3.2.3 Maxdome

Für die Untersuchung des Video-on-Demand-Anbieters Maxdome konnten erneut Daten aus eigenen Angaben des Dienstes herangezogen werden.<sup>76 77</sup>

---

<sup>76</sup> Vgl. Maxdome (Hrsg.): *Maxdome. Filme*, in: <https://www.maxdome.de/spielfilm> (Zugriff am 23.06.2016).

<sup>77</sup> Vgl. Maxdome (Hrsg.): *Maxdome. Serien*, in: <https://www.maxdome.de/serie> (Zugriff am 23.06.2016).

Maxdome			
Filme	4500	Serien	998
Drama	1355	Drama	108
Krimi & Thriller	1264	Krimi & Thriller	87
Action & Abenteuer	1196	TV-Show	58
Komödie	1121	Comedy	29
Horror	723	Action	24
Doku & Reportage	572	Science Fiction & Fantasy	22
Romantik & Liebe	562	Arztserie	17
Science Fiction & Fantasy	416	Horror	7
Familie	327		
Zeichentrick	256		
Kinder & Jugend	201		
Erotik	99		
Klassiker	61		
Märchen	59		
Western	54		
Erziehung & Bildung	13		

Abbildung 7: Übersicht des inhaltlichen Angebots von Maxdome  
(eigene Darstellung, aus Maxdome (Hrsg.): Maxdome. Filme bzw. Maxdome. Serien)

Auch bei Maxdome lässt die Übersicht des Angebots aufgrund der Genre-Einteilungen ein sehr unausgeglichenes Verhältnis zwischen den Gattungen der Inhalte zu Gunsten der Fiktion vermuten. Erneut deutet lediglich die Rubrik *Doku & Reportage* auf eine Vertretung der Publizistik im Streaming-Sortiment dieses Video-on-Demand-Anbieters hin, welche hierbei nur im Filmformat verfügbar zu sein scheint und zudem nicht mehr als ein Zehntel der verfügbaren Titel beinhaltet.

Tatsächlich bringt die Stichprobenuntersuchung ein leicht anderes Ergebnis zu Tage. Hierbei können nämlich nur im Serienbereich Dokumentationen bzw. Reportagen auffindig gemacht werden, auch wenn diese mit fünf von 100 untersuchten Titeln vergleichsweise selten im Programmangebot vertreten sind. Da weder nicht-fiktionale noch Reality-Inhalte klassifiziert werden können, entfallen die verbleibenden 95 Prozent des Seriensortiments komplett an die Gattung der Fiktion. Da im Bereich der Filme alle analysierten Titel ebenfalls dieser Gattung angehören, liegt der kombinierte Wert für fiktionale Inhalte im Angebot von Maxdome bei über 97 Prozent. Jedoch ist der Anteil der deutschen Produktionen mit knapp 17 und der der Eigen-, Auftrags- bzw. Ko-Produktionen deutscher TV-Sender mit über 9 Prozent im Vergleich höher als bei Amazon Prime Instant Video und Netflix. Neben der Publizistik können auch hier keine der anderen Gattungen im untersuchten Sortiment erkannt werden. Jedoch fällt auf, dass bei mehr als der Hälfte der ausgewählten Dokumentationen bzw. Reportagen die Produktion zumindest zu einem gewissen Teil in der Verantwortung deutscher Fernsehsender lag. Damit liegt auch dieser Wert über denen der bisher betrachteten Anbieter.

Es lässt sich also schlussfolgern, dass auch bei Maxdome die fiktionalen Inhalte das Angebot dominieren und anderen Gattungen somit einen vergleichsweise geringen Anteil am Sortiment überlassen. Internationale bzw. Kaufproduktionen sind hierbei zwar leicht seltener vertreten als bei Amazon Prime Instant Video oder Netflix, überwiegen jedoch nach wie vor stark.

### 3.2.4 Watchever

Auch Watchever stellt keine eigenen Angaben zum angebotenen Sortiment öffentlich zur Verfügung. Daher werden die für die Untersuchung relevanten Daten aus der gleichen Quelle entnommen wie zuvor für den Streaming-Service Netflix.<sup>78 79</sup>

Watchever			
Filme	972	Serien	246
Drama	493	Kids	76
Komödie	282	Drama	69
Thriller	273	Animation	68
Action	266	Komödie	58
Abenteuer	252	Doku	53
Krimi	219	Fantasy	38
Doku	214	Abenteuer	36
Romantik	174	Action	34
Familie	115	Science Fiction	34
Fantasy	112	Thriller	33
Horror	100	Krimi	31
Science Fiction	90	Familie	21
Mystery	78	Mystery	18
Musik	47	Horror	12
Animation	46	Romantik	9
Kids	41	Sport	2
Western	32	Musik	1
Sport	21	Western	1

Abbildung 8: Übersicht des inhaltlichen Angebots von Watchever  
(eigene Darstellung, aus: WSE GmbH & Co. KG (Hrsg.): *WerStreamt.es?*. Liste aller Filme, die bei Watchever verfügbar sind bzw. *WerStreamt.es?*. Liste aller Serien, die bei Watchever verfügbar sind)

Anhand dieser Daten kommt die Vermutung auf, dass auch Watchever sich am Muster der anderen Streaming-Dienste orientiert und in der Hauptsache fiktionale Inhalte anbietet. Erneut lässt allein der Bereich *Doku* mit einem kombinierten Wert von 267 Ti-

<sup>78</sup> Vgl. WSE GmbH & Co. KG (Hrsg.): *WerStreamt.es?*. Liste aller Filme, die bei Watchever verfügbar sind, in: <https://www.werstreamt.es/filme/anbieter-watchever/option-flatrate/> (Zugriff am 24.06.2016).

<sup>79</sup> Vgl. WSE GmbH & Co. KG (Hrsg.): *WerStreamt.es?*. Liste aller Serien, die bei Watchever verfügbar sind, in: <https://www.werstreamt.es/serien/anbieter-watchever/option-flatrate/> (Zugriff am 24.06.2016).

teln, was wiederum einem Anteil von fast 22 Prozent am Gesamtsortiment entspräche, die Einbeziehung nicht-fiktionaler Inhalte in das Angebot vermuten.

Die Stichprobenuntersuchung zeigt jedoch, dass Watchever tatsächlich noch mehr bietet, als die Inhaltsübersicht annehmen lässt. Zwar sind 165 der 200 zufällig gewählten Film- und Serienformate fiktionaler Natur und stellen daher mit über 80 Prozent wie auch bei den anderen Video-on-Demand-Diensten einen Großteil des Angebots dar. Allerdings konnten neben 31 Dokumentationen für den Bereich der Publizistik Elemente für weitere Gattungen erkannt werden. Mit einem Anteil von 1,5 bzw. 0,5 Prozent an der insgesamten Menge der ausgewählten Inhalte sind die Nicht-fiktionale Unterhaltung (bei den untersuchten Titeln in Form von Comedy-Shows) und Reality-Inhalte (in diesem Fall eine Doku-Soap) zwar vergleichsweise gering vertreten, tauchen jedoch einzig bei der Stichprobe für Watchever überhaupt auf. Alle Elemente dieser beiden Gattungen sind keine Eigen-, Auftrags- oder Ko-Produktionen von deutschen TV-Sendern. Auch bei den publizistischen und fiktionalen Inhalten dominieren die Kaufproduktionen stark, wobei immerhin ein knappes Zehntel der Titel aus letzterer Gattung Produktionen aus Deutschland sind.

Filme und Serien fiktionaler Natur bestimmen somit, wie es auch bei Amazon Prime Instant Video, Netflix und Maxdome der Fall ist, einen überwiegenden Anteil des inhaltlichen Angebots von Watchever. Auch hier besteht das Sortiment dabei hauptsächlich aus international und nicht von deutschen Fernsehsendern produzierten Inhalten.

### 3.3 Vergleich und Schlussfolgerung

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass sich das Angebot der Subscription-Video-on-Demand-Dienste in der Hauptsache aus fiktionalen Inhalten in Form von Filmen und Serien zusammensetzt. Das Verhältnis zwischen den Gattungen der Fiktion, der Publizistik, der Nicht-fiktionalen Unterhaltung und der Reality-Inhalte ist somit sehr einseitig und unausgeglichen, da die letzteren drei zu vergleichsweise geringen Anteilen im Sortiment angeboten werden. Vergleicht man dieses Muster der Zusammensetzung des Video-on-Demand-Angebots mit der zuvor untersuchten Programmstruktur der reichweitenstärksten deutschen Fernsehsender, so wird deutlich, dass sich bei letzteren meist entweder ein ausgeglicheneres Verhältnis zwischen den Anteilen der verschiedenen Gattungen an der Gesamtheit der gesendeten Inhalte oder ein Fokus auf eine andere Gattung als die Fiktion zeigt. Lediglich ProSieben und kabel eins gestalten mehr als die Hälfte ihres täglichen Programms mit fiktionalen Inhalten. Bei den anderen Privatsendern ist die Fiktion weitaus geringer im Programm vertreten und macht dafür hauptsächlich Platz für mehr Reality-Inhalte, mit Ausnahme von RTL, wo zusätzlich vergleichsweise häufiger Publizistik gezeigt wird. Bei den öffentlich-

rechtlichen Sendeanstalten der ARD und des ZDF übersteigt der Anteil der fiktionalen Inhalte die der publizistischen ebenfalls nicht, trotz dass diese viel Sendezeit einnehmen.

Schaut man sich den Bereich der Fiktion im TV-Programm genauer an, so lässt sich erkennen, dass selbst innerhalb dieser Gattung das Fernsehen durch einen durchschnittlich höheren Anteil an deutschen Produktionen sowie Eigen-, Auftrags- oder Ko-Produktionen deutscher Fernsehsender mehr Vielfalt bietet als Video-on-Demand. Dafür tragen vor allem die öffentlich-rechtlichen Sender Rechnung, da die privaten sich in der Gestaltung ihres Fiktions-Programms mehr der Angebotscharakteristik der Streaming-Dienste annähern, was Produktionsland und Beschaffungsart angeht.

Auch im Bereich der Publizistik bietet das Fernsehen dem Zuschauer insgesamt mehr als Video-on-Demand. Bei Produktionsland und Beschaffungsart von Dokumentationen und Reportagen gibt es zwar Unterschiede, da die SVoD-Anbieter eher auf internationale Kaufproduktionen setzen, während sich das Fernsehen beinahe ausschließlich auf Eigenproduktionen der Sender verlässt. Abgesehen davon gibt es im Angebot der Streaming-Dienste jedoch keinerlei informationsverbreitende bzw. -bewertende oder meinungsbildende Inhalte, wohingegen das Fernsehen zusätzlich zu Dokumentationen und Reportagen mit Nachrichtensendungen, Magazinen, Gesprächsrunden und Live-Übertragungen verschiedenster Ereignisse diesem Anspruch nicht nur generell weitreichender gerecht wird, sondern zudem eine unerreichte Aktualität in Themenauswahl und Berichterstattung an den Tag legt.

Was die Nicht-fiktionale Unterhaltung sowie Reality-Inhalte anbelangt, so ist festzustellen, dass Video-on-Demand in der Hauptsache auf Kaufproduktionen setzt, während im deutschen Fernsehprogramm fast ausschließlich eigene Produktionen der Sender diese Sparten füllen. Hier lässt sich also ein klarer Unterschied feststellen.

Ein weiteres Beispiel für Inhalte, welche im Fernsehprogramm keine Rolle spielen, sind die Eigenproduktionen von Video-on-Demand-Anbietern. Sowohl Amazon Prime Instant Video, als auch Netflix haben solche mittlerweile in ihr Angebot integriert. Doch auch hier zeigt sich klar die inhaltliche Orientierung, da mehr als zwei Drittel der insgesamt 154 Eigenproduktionen beider Plattformen fiktionale Filme und Serien sind, während Nicht-fiktionale Unterhaltung, Publizistik und Reality-Inhalte mit knapp 20, 11 und 0,5 Prozent wie auch im Rest der Sortimente eher selten vertreten sind. Insgesamt entfällt nach aktuellem Stand ein vergleichsweise geringer Anteil des Streaming-Angebots auf die plattformeigenen Produktionen. Dies zeigte sich auch deutlich in der Stichprobenuntersuchung beider Dienste, wobei nur 23 von insgesamt 400 untersuchten Elementen als Eigenproduktionen des jeweiligen Anbieters zu klassifizieren waren.

Somit kann geschlussfolgert werden, dass Subscription-Video-on-Demand-Dienstleister zwar zu einem gewissen Teil dem Kunden Inhalte anbieten, welche im linearen deutschen Fernsehen nicht oder nur zu einem vergleichsweise geringen Anteil konsumiert werden können. Die Menge dieser Inhalte ist im Vergleich zum Hauptbestandteil des Sortiments der untersuchten Streaming-Plattformen jedoch sehr gering. Dieser Hauptbestandteil, also international produzierte, fiktionale Kaufproduktionen in Form von Filmen und Serien, ist in der Gesamtheit des inhaltlichen Angebots der deutschen Fernsehsender zum einen ebenfalls generell vertreten und dabei zum anderen nur einer von mehreren Bestandteilen eines im Vergleich zum Sortiment von SVoD-Diensten weitaus vielfältigeren Programmangebots. Folglich sind die rein auf inhaltlichen Angeboten bzw. programmspezifischen Schnittmengen basierenden Angriffsflächen von Video-on-Demand-Anbietern auf das lineare Fernsehen in Deutschland als gering einzuschätzen. Um jedoch deutlicher zu klären, ob die aufgezeigte Diskrepanz im Programmangebot beider Medienplattformen tatsächlich förderlich oder hinderlich für das Potential von Video-on-Demand-Diensten zur Verdrängung des linearen Fernsehens ist, muss weiterführend die Nutzerperspektive untersucht werden.



## 4 Nutzung

### 4.1 Lineares Fernsehen

#### 4.1.1 Nutzerzahl und Nutzungshäufigkeit

In Deutschland ist die Anzahl der Haushalte mit Fernsehempfang seit 2007 von beinahe 37 Millionen im Jahr 2015 auf knapp 39 Millionen gestiegen.<sup>80</sup> Zieht man dazu in Betracht, dass 2014 ca. 40 Millionen Haushalte insgesamt in Deutschland existierten, so wird die deutlich, wie weit sich das Fernsehen als Medium in Deutschland verbreitet und allem Anschein nach auch etabliert hat.<sup>81</sup> Weiter unterstützt wird diese Behauptung durch den Fakt, dass der prozentuale Anteil der Fernsehzuschauer an der Gesamtbevölkerung an einem durchschnittlichen Wochentag seit 1992 nicht mehr unter 70 Prozentpunkte gefallen ist und nach einem leichten Auf und Ab auch 2015 noch knapp über dieser Marke verweilt.<sup>82</sup>

In der für die Untersuchung der Fragestellung dieser Arbeit durchgeführten Umfrage zum Mediennutzungsverhalten deutscher Bürger geht hervor, dass von insgesamt 120 befragten Personen lediglich um die 10 Prozent angaben, nie das lineare Fernsehprogramm zu konsumieren. Ein knappes Drittel tut dies immerhin gelegentlich, also in diesem Fall seltener als einmal wöchentlich, während ebenfalls um die 30 Prozent sogar täglich fernsehen. Jedoch schaut dabei nur fast jeder Zehnte der Befragten nach eigenen Angaben mehr als 10 Stunden pro Woche fern, während die Nutzungsdauer von weit mehr als der Hälfte bei maximal 3 wöchentlichen Stunden liegt.<sup>83</sup>

---

<sup>80</sup> Vgl. ALM (Hrsg.): *Anzahl der Haushalte in Deutschland mit TV-Empfang bis 2015*, nach einer Erhebung von TNS Infratest, 2015, in: Statista (Hrsg.): *Fernsehen in Deutschland – Statista Dossier*, Hamburg, 2016, S. 22.

<sup>81</sup> Vgl. Statista (Hrsg.): *Anzahl der Privathaushalte in Deutschland von 1991 bis 2014*, nach einer Erhebung des Statistischen Bundesamtes, in: <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/156950/umfrage/anzahl-der-privathaushalte-in-deutschland-seit-1991/> (Zugriff am 05.07.2016).

<sup>82</sup> Vgl. AGF (Hrsg.): *Anteil der Fernsehzuschauer an der Bevölkerung in Deutschland bis 2015*, 2016, in: Statista (Hrsg.) (2016), S. 9.

<sup>83</sup> Eine detaillierte Übersicht zu den Daten der eigens durchgeführten Umfrage inklusive der gestellten Fragen und gegebenen Antworten sowie allgemeinen Angaben zu den Teilnehmern befindet sich im Anhang auf den Seiten LXVIII bis LXXVI. Im Folgenden wird wiederholt darauf Bezug genommen.

Betrachtet man offizielle Angaben zur täglichen Fernsehdauer der Deutschen im Jahr 2015, welche sich auf durchschnittlich 223 Minuten beläuft, wird ein deutlicher Unterschied zur Mehrheit der Antworten aus der Umfrage bemerkbar. Dies lässt sich damit erklären, dass ca. neun von zehn Teilnehmern zwischen 14 und 29 Jahren alt sind. In diesem Altersbereich liegt die Nutzungsdauer des Fernsehens in Deutschland auch deutlich unter dem Durchschnitt, nämlich bei 118 Minuten pro Tag.<sup>84</sup> Dieser Wert ist dabei das Ergebnis einer sinkenden Tendenz, lag er doch 2000 noch bei 136 Minuten. Auch die Reichweite des Fernsehens in dieser Zielgruppe sank im selben Zeitraum von 60 auf 46 Prozent.<sup>85</sup> Insgesamt hat sich die durchschnittliche tägliche Nutzungsdauer des Fernsehens durch die Deutschen seit 2010 jedoch kaum verändert. Im Vergleich zum Vorjahr gab es 2015 sogar einen leichten Anstieg.<sup>86</sup>

#### 4.1.2 Wirtschaftliche Aspekte

Die weitreichende Verbreitung und Etablierung des Fernsehens in Deutschland spiegelt sich auch in den wirtschaftlichen Erträgen in der Branche wieder. Allein durch die Gebühren für öffentlich-rechtliche Sendeanstalten konnten 2014 um die 5,2 Milliarden Euro eingenommen werden, nachdem sich dieser Wert innerhalb von zehn Jahren um mehr als einer Milliarde gesteigert hatte. Prognosen behaupten, dass die Höhe der Erträge bis 2019 zunächst nicht weiter ansteigen aber konstant bei knapp über fünf Milliarden verweilen wird.

Nicht ganz so stark verlief der Anstieg der Umsätze im Bereich der Fernsehwerbung. Hier erhöhte sich die Summe zwischen 2004 und 2014 von 3,8 auf 4,2 Milliarden Euro. Im Gegensatz zur öffentlich-rechtlichen Rundfunkgebühr wird im Werbesegment ein weiterer, stetiger Anstieg bis auf 4,8 Milliarden Euro im Jahr 2019 erwartet.<sup>87</sup>

---

<sup>84</sup> Vgl. AGF (Hrsg.): *Tägliche Fernsehdauer in Deutschland 2015 (nach Altersgruppen)*, 2016 in: Statista (Hrsg.) (2016), S. 33.

<sup>85</sup> Vgl. Egger, Andreas / van Eimeren, Birgit (2016), S. 112.

<sup>86</sup> Vgl. AGF (Hrsg.): *Fernsehkonsument. Entwicklung der Sehdauer in Deutschland bis 2015*, 2016, in: Statista (Hrsg.) (2016), S. 32.

<sup>87</sup> Vgl. PwC (Hrsg.): *Einnahmen im deutschen Fernsehmarkt von 2004 bis 2019 (nach Segmenten)*, nach einer Erhebung von ARD ZDF Deutschlandradio Beitragsservice, GEZ, die medienanstalten, Ovum, PwC, 2015, in: Statista (Hrsg.) (2016), S. 65.

### 4.1.3 Angebotsspezifische Vorzüge der Nutzer

Fast 50 Prozent der deutschen Bevölkerung sehen sich bevorzugt *Nachrichtensendungen* im Fernsehen an. Im Ranking der beliebtesten Fernsehformate in Deutschland belegt dieses somit unangefochten den ersten Platz. Dahinter folgen *Sendungen mit Reportagen oder Beiträgen aus der Region, Krimiserien bzw. Kriminalfilme* und *Sportübertragungen mit Live-Charakter* mit einem jeweiligen Anteil von 27 bis 28 Prozent. Erst danach kommen *Magazinen über fremde Länder, Quizsendungen und Rateshows* sowie *Politische Magazine* und *Filme bzw. Serien der Genres Action, Abenteuer, Thriller, Horror und Kriegsfilm*, welche von 18 bis 23 Prozent der deutschen Bürger hauptsächlich geschaut werden.<sup>88</sup> Betrachtet man die an der Anzahl der Zuschauer gemessenen erfolgreichsten Einzelsendungen des Jahres 2015 im deutschen TV-Programm an, so wird deutlich, dass einerseits die Kriminalspielfilmreihe *Tatort* der ARD und andererseits Live-Übertragungen von Fußballspielen in der Champions League, dem DFB-Pokal und der deutschen Nationalmannschaft das Ranking mit ca. elf bis 13 Millionen Fernsehzuschauern dominieren.<sup>89</sup> Da diese Sendungen im Vergleich zu beispielsweise Nachrichten unregelmäßiger im Fernsehen laufen, ist anzunehmen, dass die Zuschauerzahlen entsprechend höher sind. Laut einer Umfrage zu den bekanntesten Fernsehsendungen in Deutschland 2015 gaben fast 60 Prozent die *Tageschau* oder *heute* als die TV-Sendung an, welche ihnen bei der Beantwortung spontan eingefallen war. Erst danach folgten der *Tatort* und die *Sportschau* bevor mit *Wer wird Millionär* die erste Sendung der nicht-fiktionalen Unterhaltung folgte.<sup>90</sup>

Auch in der eigens durchgeführten Umfrage bestätigt sich dieses Bild der beliebtesten und meistgeschauten Fernsehinhalte in Deutschland. Mit einem Wert von 63 Prozent der Befragten, die angaben, dass sie im TV bevorzugt Nachrichtensendungen schauen, liegt dieses Sendungsformat auf dem ersten Platz. Auch internationale Spielfilme und Serien, Dokumentationen und Reportagen sowie Live-Übertragungen von Sport- oder sonstigen Ereignissen zeichnen sich durch eine vergleichsweise hohe Beliebtheit aus, während dagegen Inhalte wie Reality-TV-Formate, Ratgebersendungen, Talk-Shows und auch nicht-fiktionale Unterhaltungssendungen wie Quiz- oder sonstige Un-

---

<sup>88</sup> Vgl. IfD Allensbach (Hrsg.): *Umfrage in Deutschland zu den beliebtesten Fernsehformaten bis 2015*, 2015, in: Statista (Hrsg.) (2016), S. 13.

<sup>89</sup> Vgl. Media Perspektiven (Hrsg.): *Einzelsendungen mit der höchsten TV-Reichweite 2015*, nach einer Erhebung von AGF, 2016, in: Statista (Hrsg.) (2016), S. 48.

<sup>90</sup> Vgl. Horizont (Hrsg.): *Umfrage zu den bekanntesten Fernsehsendungen in Deutschland 2015*, nach einer Erhebung von BrainJuicer, 2015, in: Statista (Hrsg.): *Fernsehprogramm – Statista Dossier*, Hamburg, 2016, S. 13.

terhaltungsshow von den befragten Personen weniger gern konsumiert werden. Allgemein herrscht unter den Befragten ein ausgeglichenes Verhältnis zwischen denjenigen Fernsehnutzern, welche bevorzugt öffentlich-rechtliche Sender sehen, und den Privatsender-Konsumenten auf der anderen Seite.

Sowohl bei nicht-fiktionalen Unterhaltungssendungen als auch bei Reality-TV-Formaten lässt sich anhand der Entwicklung der Zuschauerzahlen eine ins Negative tendierende Beliebtheit feststellen. Diese ist z.B. bei *Wer wird Millionär?*, einer der bekanntesten Quiz- bzw. Unterhaltungssendungen, im Zeitraum 2000 bis 2013 um beinahe die Hälfte auf ca. fünf Millionen gesunken. Auch *Bauer sucht Frau*, eine Doku-Soap in der Reality-Sparte, verzeichnete 2015 nurmehr knapp sechs statt vormals über acht Millionen Fernsehzuschauer.<sup>91 92</sup> Hielt sich 2013 die Zahl der deutschen Bürger, die Quiz- und sonstige Unterhaltungsshow sehr gerne geschaut haben noch im Gleichgewicht mit der derjenigen, welche überhaupt kein Interesse daran hatten, so überwiegt die Anzahl der letzteren Personengruppe im Jahr 2015 deutlich gegenüber den Fernsehzuschauern, welche solche Formate bevorzugt konsumieren im ungefähren Verhältnis von drei zu zwei. Im selben Jahr lag die Zahl der Deutschen, welche Doku-Soaps nach dem Beispiel von *Bauer sucht Frau* gar nicht gern sehen bei 34 zu 6 Millionen derer, die solche Inhalte gerne sehen. Nachrichtensendungen, Krimiserien und Kriminalfilme, Live-Sportübertragungen, Politmagazine und Regionalsendungen sind zwischen 2012 und 2015 dagegen in der Beliebtheit und dem Interesse der Bevölkerung weitestgehend konstant geblieben.<sup>93</sup>

#### 4.1.4 Nutzungsmotivation

Im Rahmen der Nutzerumfrage für diese Arbeit wurden die Befragten aufgefordert, die für sie bedeutendsten bzw. wichtigsten Beweggründe für die Nutzung des linearen Fernsehens anzugeben. Das Ergebnis zeigt, dass die Mehrheit in der Vermittlung von Informationen und bildenden Inhalten den größten Vorteil sehen. Doch weiterhin wird auch der Unterhaltungswert des Fernsehens als ein wichtiger Faktor in der Nutzungsmotivation deutlich. 65 bzw. 64 Prozent der Befragten sprachen sich für diese beiden

---

<sup>91</sup> Vgl. Media Perspektiven (Hrsg.): *Fernsehzuschauer von ‚Wer wird Millionär‘ bis 2013*, nach einer Erhebung von AGF, 2014, in: Statista (Hrsg.) (2016), S. 53.

<sup>92</sup> Vgl. Media Perspektiven (Hrsg.): *Fernsehzuschauer von ‚Bauer sucht Frau‘ bis 2015*, nach einer Erhebung von AGF und GfK, 2016, in: Statista (Hrsg.) (2016), S. 55.

<sup>93</sup> Vgl. IfD Allensbach (Hrsg.): *Umfrage in Deutschland zum Interesse an Unterhaltungsshow / Krimiserien, Kriminalfilmen / Sportübertragungen / Nachrichten / Politmagazinen / Doku-Soaps / Regionalsendungen*, 2015, in: Statista (Hrsg.) *Fernsehprogramm* (2016), S. 29-38.

Aspekte aus. Insgesamt bewerteten um die 32 Prozent der Teilnehmer das deutsche Fernsehprogramm als *sehr* oder zumindest *ausreichend zufriedenstellend*, während es 37 Prozent als *akzeptabel* empfinden. Nur 24 bzw. 6 Prozent der Befragten sehen Verbesserungsbedarf oder zeigen sich mit dem Programm gänzlich unzufrieden.

Abgesehen von inhaltlichen Anhaltspunkten kann sich das Preis-Leistungsverhältnis immerhin von einem knappen Drittel der Befragten als wichtigstes Kriterium anrechnen lassen, welches damit noch vor der technischen Qualität der Inhalte oder Aspekten wie den Möglichkeiten zur Programmgestaltung und der zeitlichen bzw. örtlichen Unabhängigkeit beim Konsum des Fernsehprogramms liegt.

Das Marktforschungsinstitut *concept m* führte im Jahr 2011 eine Studie zur Ergründung der psychologisch bedingten Motivationsfaktoren zur Nutzung des linearen Fernsehens durch. Die Ergebnisse der Untersuchung zeigen, dass das Zusammenwirken von drei übergreifenden Faktoren für eine Bindung des Konsumenten an einen linearen Programmfluss verantwortlich ist. Der erste Faktor ist die Strukturierungshilfe des linearen Fernsehprogramms. Durch die Einbindung des Fernsehens in den Alltag ermöglicht der vorgegebene, strukturierte Programmfluss eine unterstützende Wirkung bei der zeitlichen Gestaltung des alltäglichen Lebens, indem sich an eben jenen vorgegebenen Programmpunkten orientiert wird. Als weiterer Faktor wird eine durch das TV bedingte Gemeinschaftsdynamik genannt. Durch das Wissen, dass die geschauten Inhalte zur gleichen Zeit von (vielen) weiteren Menschen gesehen werden sowie durch die spätere Thematisierung und Auswertung von gesehen Inhalten in einer Gruppe entsteht das Gefühl einer engen Bindung zwischen der eigenen Person und anderen Menschen, was wiederum ein Gemeinschaftsgefühl entstehen lässt, indem sich Menschen identifizieren können. Das Phänomen der Echtzeit-Fesselung bildet den dritten Faktor. Dieser besagt, dass Fernsehzuschauer unmittelbar am gezeigten Geschehen teilhaben und keine Entwicklungen verpassen wollen. Gerade im Bereich der Live-Formate ist dieser Umstand von großer Bedeutung. Dramaturgisch gesehen steigert dieses Verhalten auch das Empfinden eines inhaltlichen Höhepunkts, da diesem durch ein vorangegangenes Durchlaufen der Entwicklung hin zu diesem Highlight automatisch eine höhere Wertigkeit zugeschrieben wird, als wenn beispielsweise nur eine Zusammenfassung der bedeutendsten Ereignisse konsumiert wird. Die Fernsehzuschauer vergleichen das linear geschaute Fernsehprogramm zudem insofern stärker mit der Realität, als dass sie es als ähnlich vergänglich und ohne Möglichkeit zur zeitlichen Beeinflussung wie Vor- oder Zurückspulen betrachten. In dieser Form werden selbst erlebte TV-Momente

als einmalig und nicht wiederkehrend betrachtet, was eine Parallele zum echten Leben bildet.<sup>94</sup>

## 4.2 Video-on-Demand

### 4.2.1 Nutzerzahl und Nutzungshäufigkeit

2015 nutzten nach einer Studie der ARD und des ZDF insgesamt 65 Prozent der deutschen Bevölkerung zumindest selten Bewegtbildangebote im Internet. Innerhalb derjenigen Personen, welche ohnehin regelmäßig im Netz unterwegs sind, liegt dieser Wert sogar bei 82 Prozent. Auf kostenpflichtige Video-on-Demand-Streamingdienste entfallen davon jedoch lediglich 12 bzw. 15 Prozent. Im Vergleich zu den Vorjahren sind dabei nur marginale Veränderungen von ein bis zwei Prozentpunkten dokumentiert. Eine tägliche Nutzung kommt im Vergleich nur bei 2 Prozent der Bevölkerung vor. Auch hier ist der Anstieg gegenüber 2013 und 2014 minimal.<sup>95</sup> Auf dem Markt der Subscription-Video-on-Demand-Anbieter existierten 2015 drei Millionen Nutzer. Diese Zahl hatte sich im Vergleich zum Vorjahr beinahe verdoppelt. Für das Jahr 2016 ist wiederum ein Anstieg um mehr als eine Million erwartet. Danach flacht sich die Wachstumskurve laut einer Prognose jedoch immer weiter auf zunächst 0,7 bis 0,8, später auf 0,1 bis 0,3 Millionen Zuwachs pro Jahr ab, bis 2020 voraussichtlich 6,2 Millionen Menschen in Deutschland Video-on-Demand im Abonnement nutzen werden.<sup>96</sup>

Im Rahmen der durchgeführten Umfrage zeichnet sich ein anderes Verhältnis ab. Hier gaben 70 von 120 Teilnehmern an, dass sie Video-on-Demand-Dienste generell nutzen, 85 Prozent davon im kostenpflichtigen Abonnement-Modell. Das bedeutet, dass insgesamt jeder Zweite der Befragten SVoD-Angebote in Anspruch nimmt. Auch hier lässt sich die Diskrepanz zu den Verhältnissen in der kompletten deutschen Bevölkerung mit der zuvor beschriebenen Altersverteilung der Umfrageteilnehmer erklären. Immerhin sind 58 Prozent der regelmäßigen Streaming-Dienst-Nutzer in Deutschland zwischen 14 und 29 Jahre alt.<sup>97</sup> Die Nutzungshäufigkeit fällt ähnlich zur ARD/ZDF-

---

<sup>94</sup> Vgl. Schumann, Sandra / Ziems, Dirk: *Warum das traditionelle Fernsehen Zukunft hat. Faszination des linearen Fernsehens*, in: *planung & analyse* 3/2011, S. 39-42.

<sup>95</sup> Vgl. Egger, Andreas / van Eimeren, Birgit (2016), S. 112.

<sup>96</sup> Vgl. Statista (Hrsg.) *Digital Market Outlook. SVoD. Deutschland*, in: <https://de.statista.com/outlook/206/137/svod/deutschland> (Zugriff am 25.05.2016).

<sup>97</sup> Vgl. Egger, Andreas / van Eimeren, Birgit (2016), S. 113.

Studie auch in der Umfrage bei den meisten, ca. 70 Prozent, seltener als täglich aus. Dabei konsumiert eine klare Mehrheit von zusammen fast 60 Prozent Video-on-Demand-Inhalte in einer Dauer von einer bis sechs Stunden in der Woche. Mit 14 Prozent liegt der Wert derer, die weniger als eine wöchentliche Stunde für den Gebrauch von Streaming-Diensten aufbringen, deutlich darunter. Ähnlich gering ist mit 8 Prozent auch der Anteil derjenigen Nutzer, die mehr als zehn Stunden pro Woche mit dem Konsum von Video-on-Demand-Inhalten verbringen.

#### **4.2.2 Wirtschaftliche Aspekte**

Laut Statista lag der Gesamtumsatz im Subscription-Video-on-Demand-Sektor 2015 in Deutschland bei 132 Millionen Euro und dabei weit über dem Wert des Vorjahres mit 52 Millionen. Für das Folgejahr sind 206 Millionen Euro erwartet und auch die Prognose zeigt einen weiteren Anstieg, der jedoch, ähnlich wie bei der Entwicklung der Nutzerzahlen, von Jahr zu Jahr geringer ausfallen soll. So werden sich laut Analysen die positiven prozentualen Veränderungen der Umsatzwerte im Vergleich zu den jeweiligen Vorjahren von 155 Prozent in 2015 binnen 10 Jahren auf ca. 5 Prozent reduzieren, bis sich 2020 ein Wert von 356 Millionen Euro im Umsatz im Markt bildet.<sup>98</sup>

#### **4.2.3 Angebotsspezifische Vorzüge der Nutzer**

Da abonnementbasierte Streaming-Dienste ein einseitigeres Angebot präsentieren als das deutsche Fernsehen fallen auch die inhaltsbezogenen Vorlieben der Nutzer eindeutiger aus. Von 71 befragten Subscription-Video-on-Demand-Nutzern in der eigenen Umfrage gaben 87 Prozent an, Filme über die Plattformen zu schauen, sogar 94 Prozent sprachen sich für den Konsum von Serien aus. Dokumentationen werden dagegen von knapp 40 Prozent geschaut. Comedy-Programme können nur 15 Prozent begeistern, während sonstige nicht-fiktionale Inhalte wie Reality-Formate von gar keinem der Befragten als inhaltliche Vorliebe genannt wurden. Angebotene Kinderprogramme werden von 7 Prozent der Teilnehmer genutzt. Alle Inhalte einbezogen werden dabei von den meisten Befragten internationale Produktionen geschaut. Dabei sind diese sogar in der originalen Sprachversion beliebter als deutsche Produktionen.

---

<sup>98</sup> Vgl. Statista (Hrsg.) *Digital Market Outlook. SVoD. Deutschland*, in: <https://de.statista.com/outlook/206/137/svod/deutschland> (Zugriff am 25.05.2016).

70 Prozent aller Video-on-Demand-Nutzer der Umfrageteilnehmer nutzen Amazon Prime Instant Video. Knapp mehr als die Hälfte sind Kunde bei Netflix, während es Maxdome im Monatspaket nur auf 5 Prozent schafft. Überraschenderweise gab keiner der Befragten an, Watchever zu nutzen. Andere Dienste inklusive Anbieter mit alternativen Geschäftsmodellen kommen bei 14 Prozent der Befragten zum Einsatz. Auch eine andere Untersuchung aus dem Jahr 2015 kommt zu dem Ergebnis, dass Amazon Prime Instant Video der beliebteste Streaming-Dienst in der Riege der SVoD-Anbieter ist. Danach folgt auch hier Netflix vor Maxdome und Watchever.<sup>99</sup>

#### 4.2.4 Nutzungsmotivation

Bezogen auf die inhaltlichen Aspekte gaben 80 Prozent der in der eigens durchgeführten Erhebung befragten Teilnehmer an, dass sie den Unterhaltungswert als größten Beweggrund für die Nutzung der von ihnen in Anspruch genommenen Video-on-Demand-Dienste sehen. Im Gegensatz dazu sehen nur 12 Prozent Informationsvermittlung und bzw. oder Bildung als Hauptmotivator. Die Qualität des angebotenen Sortiments allgemein empfinden 45 Prozent als wichtigsten Entscheidungsfaktor für die Nutzung der Dienste. Es gaben dabei lediglich 4 Prozent an, dass sie das Angebot als *verbesserungsfähig* oder *gar nicht zufriedenstellend* einschätzen, wohingegen eine klare Mehrheit von ca. 60 Prozent behauptet, mit dem Angebot ausreichend zufrieden gestellt zu sein.

Für weitaus mehr Befragte, nämlich 85 Prozent, sind nicht in erster Linie die inhaltlichen Werte ausschlaggebend, sondern die zeitliche Flexibilität beim Konsum der Inhalte. Währenddessen bewegen die Möglichkeiten zur Programmgestaltung 62, die örtliche Unabhängigkeit beim Ansehen der Inhalte 50 und das Preis-Leistungs-Verhältnis 49 Prozent der Befragten zur Nutzung der Dienste. Für einen geringeren Anteil von 36 Prozent ist die technische Qualität ausschlaggebend.

### 4.3 Vergleich und Schlussfolgerung

Sowohl bei der Reichweite innerhalb der deutschen Bevölkerung als auch bei den generellen Nutzerzahlen ist im Vergleich eine eindeutige Überlegenheit des linearen Fernsehens zu erkennen. Zudem sind die Werte beider Faktoren im TV-Bereich in der

---

<sup>99</sup> Vgl. PwC (Hrsg.): *Umfrage zur Reichweite der Video-on-Demand-Anbieter in Deutschland 2015*, 2015, in: Statista (Hrsg.): *Video-on-Demand in Deutschland – Statista Dossier*, Hamburg, 2015, S. 24.



Entwicklung der letzten Jahre konstant geblieben. Der Start der Video-on-Demand-Plattformen Amazon Prime Instant Video und Netflix blieben in dieser Hinsicht ohne Folgen für das Fernsehen. Immerhin haben die Streaming-Plattformen seit ihrem Start auf dem deutschen Markt prozentual einen großen Zuwachs bei den Nutzern verbuchen können. Da der Anstieg in den kommenden Jahren dieses Niveau allerdings nach aktuellen Prognosen nicht halten wird, ist auch hier nicht von einer Gefahr für das Fernsehen auszugehen. Die Nutzungsdauer des deutschen Fernsehens konnte sich in den letzten Jahren ebenfalls stabil auf einer Höhe halten und erfuhr zuletzt sogar noch einen leichten Anstieg, ebenfalls nach dem Start der beiden erfolgreichsten SVoD-Dienste in Deutschland. Letztere erreichen diese Werte nicht, schauen die meisten ihrer Kunden doch im Schnitt nur wenige Stunden pro Woche über diese Plattformen angebotene Inhalte und damit weitaus weniger als die Fernsehzuschauer das lineare TV-Programm. Einzig in der Altersgruppe der 14- bis 29-jährigen scheint sich auf den ersten Blick eine interessante Entwicklung abzuzeichnen. In diesem Anteil der deutschen Bevölkerung zeigt sich nämlich neben der Tatsache, dass sowohl die Werte der Reichweite als auch der durchschnittlichen täglichen Nutzungsdauer des deutschen Fernsehens generell unter dem der Gesamtheit der Deutschen liegt, eine stetig negative Entwicklungstendenz in diesen beiden Bereichen. Zudem ist ein überwiegender Teil der regelmäßigen Nutzer von kostenpflichtigen Video-on-Demand-Diensten in diesem Altersbereich angesiedelt. Somit stellt sich die Frage, ob innerhalb der jüngeren deutschen Bevölkerung eine Distanzierung vom klassischen linearen Fernsehen und zunehmende Annäherung an Bewegtbild-Abrufdienste geschieht. Die Beantwortung dieser Frage ist für die Untersuchung im Hinblick auf zukünftige Mediennutzungsverhältnisse von großer Bedeutung. Betrachtet man den Konsum von Bewegtbildinhalten in der Altersgruppe der 14 bis 29-jährigen in seiner Gesamtheit, so zeigt sich, dass die Streaming-Dienste trotz der negativen Entwicklung im TV-Bereich nicht mehr als 10 Prozent Anteil am kompletten Bewegtbildkonsum besitzen. Über 90 Prozent entfallen nach wie vor auf das klassische lineare Fernsehen. 72 Prozent derjenigen Nutzer kostenpflichtiger Video-on-Demand-Plattformen, welche die Dienste mindestens wöchentlich in Anspruch nehmen, schauen zudem auch mindestens wöchentlich das lineare deutsche Fernsehprogramm.<sup>100</sup> Auch in der eigens durchgeführten Umfrage zeigt sich dieser Umstand in der Tatsache, dass im Vergleich ein weitaus größerer Anteil der Befragten angab, regelmäßig das Fernsehen zu nutzen, anstatt bezahlte Streaming-Dienste in Anspruch zu nehmen.

---

<sup>100</sup> Vgl. Egger, Andreas / van Eimeren, Birgit (2016), S. 112-114.

Das Fernsehen bleibt somit in Deutschland insgesamt beliebter und erfolgreicher. Das zeigt sich auch deutlich im wirtschaftlichen Sektor. 2015 sind die Erträge im deutschen Fernsehmarkt allein schon durch die Rundfunkgebühr fast 40-mal höher gewesen als die der Streaming-Anbieter. Dazu kommen noch einmal nahezu so viele Werbeeinnahmen für das Fernsehen pro Jahr dazu. Diese Werte kann und wird der Markt im Subscription-Video-on-Demand-Bereich auch aufgrund der in den folgenden Jahren immer geringer erwarteten Anstiege im Umsatzvolumen nach derzeitigem Stand nicht ohne Weiteres erreichen.

Die Gründe für die anhaltende Beliebtheit des linearen deutschen Fernsehens in Zeiten der Koexistenz mit SVoD sind zum einen auf die inhaltlichen Angebote zurückzuführen. Während sich das Sortiment der Streaming-Plattformen recht einseitig zugunsten fiktionaler Unterhaltung aus internationalen Produktionen gestaltet und damit auch den Geschmack vieler jüngerer Zuschauer trifft (was sich beispielsweise auch darin zeigt, dass Watchever mit dem vergleichsweise geringsten Fiktionsanteil und meisten alternativen Inhalten von den wenigsten Video-on-Demand-Nutzern in Anspruch genommen wird), so zeigt sich dennoch ebenfalls ein großes Interesse an dem weitaus vielfältigeren Programm der deutschen Fernsehsender. Nicht nur allgemein, sondern, wie die durchgeführte Umfrage zeigt, auch innerhalb der jüngeren Bevölkerungsschichten sind zusätzlich zur auch im Fernsehen oft und gern gesehenen fiktionalen Unterhaltung (bei jüngeren Zuschauern vor allem internationale Filme und Serien) gerade die Formate am beliebtesten, welche es entweder gar nicht oder nur vergleichsweise selten im Angebot der Streaming-Dienste gibt. Informationsverbreitende Inhalte und Live-Übertragungen von Ereignissen sind dabei besonders hervorzuheben. Es lässt sich anhand der Umfrageauswertung zudem keine eindeutige Überlegenheit von öffentlich-rechtlichen oder privaten Sendern in der Auswahl und Beliebtheit der jüngeren Fernsehschauer erkennen.

Das Thema *Live* ist auch bei den weiteren nutzungsmotivierenden Faktoren ein wichtiger Aspekt. Im Gegensatz zu Video-on-Demand-Plattformen, welche fast ausschließlich zu Unterhaltungszwecken genutzt werden, sehen die Zuschauer des linearen Fernsehens darin nicht nur die Unterhaltung, sondern in gleicher Wertigkeit auch eine wichtige Informationsquelle. Dabei unterscheidet sich das Fernsehen in der Nutzungscharakteristik und im Nutzungsumfeld stark von Video-on-Demand. Während sich das lineare Fernsehen aufgrund seiner linearen Struktur durch die Bindung der Zuschauer mithilfe der Entwicklung eines Gemeinschaftsgefühls im Publikum, von Orientierungshilfen für die Strukturierung des Alltags und der Möglichkeit, in Echtzeit an Geschehnissen aus aller Welt teilzunehmen, identifiziert, lässt Video-on-Demand in Hinsicht auf Inhalt, Zeit und Ort des Konsums absolute Entscheidungsfreiheit und schafft es damit auch erfolgreich, seine Nutzer zum Gebrauch der Dienste zu bewegen. Je nach individuellem Umstand des Konsumenten kann somit sowohl eine vorgegebene Abfolge von

spezifischen Inhalten oder eben ein auf Eigeninitiative basierendes Programm erwünscht sein.<sup>101</sup>

Zusammenfassend kann also gesagt werden, dass weder aktuelle noch bisherige oder erwartete Entwicklungen im Bereich der Nutzerzahlen, der Reichweite innerhalb der deutschen Bevölkerung, der Nutzungshäufigkeit oder der finanziellen Dimensionen kostenpflichtigen Subscription-Video-on-Demand-Portalen ein klares Potential zur Gefährdung der Existenz des linearen Fernsehens in Deutschland nach derzeitigem Modell zurechnen lassen. Beide Medienplattformen bringen ihre eigenen nutzungsbezogenen Voraussetzungen, Möglichkeiten, Vorteile und Motivationswege mit sich, die auf beiden Seiten für den jeweiligen Zweck funktionieren. Weiterhin ist in der gesamten deutschen Bevölkerung auch bei gleichzeitiger Existenz von Streaming-Portalen nach wie vor ein großes Interesse und eine weitreichende Zufriedenheit an bzw. mit den Inhalten des linearen Fernsehprogramms zu erkennen. Das große Interesse der Zuschauer zwischen 14 und 29 Jahren für internationale Spielfilme und Serien (und somit dem Hauptangebot von Video-on-Demand-Diensten) ist somit auch nicht als Gefährdung für das Fernsehen zu betrachten, zumal solche Inhalte, wie die Umfrage zeigt, von dieser Altersgruppe eben auch weiterhin gerne im linearen Fernsehen geschaut werden. Zudem werden öffentlich-rechtliche Sender mit einem weitaus geringeren Anteil solcher Inhalte innerhalb dieser Altersgruppe nahezu ebenso häufig geschaut wie private Sender, welche im Bereich der Fiktion ein sich der Angebotsstruktur von SVoD-Diensten ähnelndes Programm bieten.

---

<sup>101</sup> Vgl. Schümann, Sandra / Ziems, Dirk (2011), in: planung & analyse 3/2011, S. 40.

## 5 Weitere audiovisuelle Abrufdienste

Kostenpflichtige Video-on-Demand-Dienste im Abonnement-Modell sind nicht die einzige Art von nicht-linearen Abrufdiensten für Bewegtbildinhalte. Neben den bereits erwähnten Streaming-Plattformen mit alternativen Geschäftsmodellen (TVoD und EST) erfreuen sich vor allem kostenlose Video-Portale sowie auch sogenannte *Mediatheken* deutscher Fernsehsender gerade in den jüngeren Altersklassen der deutschen Bevölkerung großer Beliebtheit. Während beinahe die Hälfte aller deutschen Bürger ab 14 Jahren Video-Portale im Internet nutzen, kommen die Mediatheken im Vergleich zwar nur auf knapp 30 Prozent, zeigen dafür aber eine eindeutigere positive Entwicklung in den Jahren 2013 bis 2015. So konnte sich der Anteil der Nutzer in dieser Zeitspanne von 21 auf 29 Prozentpunkte steigern, während sonstige Video-Portale in dieser Hinsicht lediglich einen Prozentpunkt zulegen konnten.<sup>102</sup> Die Beliebtheit dieser sendereigenen Abruf-Plattformen steigt in Deutschland also kontinuierlich an und wird daher auch im Rahmen der fortschreitenden Konvergenz zwischen dem klassischen Fernsehen und des Internets zu einem bedeutenden Faktor für deutsche Fernsehsender. Aus diesem Grund bieten alle großen Fernsehveranstalter mittlerweile auch solche Internetplattformen an, welche es den Nutzern ermöglichen, das ansonsten linear zu konsumierende Programmangebot auch außerhalb der zeitlichen Restriktionen konsumieren zu können.<sup>103</sup> Da sich somit eine klare Parallele zu den Nutzungscharakteristiken von SVoD-Dienste abzeichnet, stellt sich die Frage, inwiefern sich letztere in Bezug auf das Angriffspotential auf das klassische lineare Fernsehen in die Riege dieser weiteren Abrufdienste einordnen lässt.

Betrachtet man den Standpunkt des inhaltlichen Angebots, so ist diese Frage besonders interessant, da Mediatheken das Programm des linearen Fernsehens mit dem Element des Auf-Abruf-Konsums verbinden und daher die Vermutung nahelegt, dass im Vergleich zu den untersuchten kostenpflichtigen Streaming-Diensten eine große Schnittmenge im inhaltlichen Angebot vorliegt. Tatsächlich lässt sich dieser Umstand bestätigen. Der prozentuale Anteil der zunächst linear ausgestrahlten Programminhalte, welche später auf sendereigenen Mediatheken zur Verfügung gestellt werden, ist 2015 im Vergleich zu den beiden Vorjahren bei einem Großteil der reichweitenstärksten TV-Sender in Deutschland gestiegen. Vor allem die öffentlich-rechtlichen Sender ARD und ZDF sowie der Privatsender RTLII zeigen im Vergleich zu den ande-

---

<sup>102</sup> Vgl. Egger, Andreas / van Eimeren, Birgit (2016), S. 112.

<sup>103</sup> Vgl. Wagner, Matthias / Trebbe, Joachim: *Internetfernsehen 2015. Die Programmangebote in den Mediatheken der Fernsehvollprogramme*, in: die medienanstalten – ALM GbR (Hrsg.) (2016), S. 77.

ren TV-Anstalten einen größeren Zuwachs solcher Inhalte auf ihren Videoplattformen. Insgesamt Spitzenreiter ist 2015 RTL mit 88 Prozent, während die ARD mit 79 Prozent auf dem zweiten Platz landet. Danach folgen RTL II (75 Prozent), VOX (62 Prozent), das ZDF (58 Prozent), Sat.1 (56 Prozent), kabel eins (25 Prozent) und ProSieben (22 Prozent). Auch im Vergleich der Programmstrukturen zeigen sich deutlich mehr Parallelen zwischen den Anteilsverteilungen der unterschiedlichen Sendungsgattungen im linearen TV-Programm und im Abruf-Sortiment der Mediatheken als bei der Gegenüberstellung der Fernsehsender mit kostenpflichtigen Video-on-Demand-Plattformen, dabei am auffälligsten bei der ARD, dem ZDF, RTL und VOX. Ausschlaggebend dafür ist der vergleichsweise hohe Anteil an Eigen-, Ko- oder Auftragsproduktionen der Sender im Gegensatz zu Kaufproduktionen. Die urheberrechtlichen Umstände bei letzteren können eine Veröffentlichung in Mediatheken erschweren, während sich bei eigenhändig produziertem Material diese Hürde nicht ergibt. Sendereigene Produktionen haben somit einen großen Anteil daran, dass die Zahl der zur Verfügung gestellten TV-Inhalte stetig angestiegen ist.<sup>104</sup> Rein auf dem inhaltlichen Angebot basierend ist somit ein weitaus höheres Potential für TV-Mediatheken zur Gefährdung bzw. Verdrängung des linearen Fernsehprogramms zu erkennen als bei Subscription-Video-on-Demand-Anbietern.

Was das Nutzungsverhalten anbelangt ist zu erkennen, dass der Anteil, welcher die Nutzer von TV-Mediatheken an der deutschen Bevölkerung ausmachen, insgesamt weitaus höher liegt als die der kostenpflichtigen Streaming-Plattformen und auch einen schnelleren Anstieg zwischen 2013 und 2015 verzeichnen kann. Auch bei der eigens durchgeführten Umfrage zeigt sich dieses Verhältnis im Bereich der jüngeren Altersklasse. Vergleicht man die Anteile der 120 Befragten in Bezug auf die Nutzung von Video-on-Demand und Mediatheken, ergibt sich für erstere ein Wert von 58 Prozent, während es bei Mediatheken 67 Prozent sind. Auch sonstige Videoportale wie *YouTube* oder *MyVideo* werden von einem größeren Teil der Deutschen regelmäßig genutzt. Dabei sind bei diesen, ähnlich wie bei kostenpflichtigen Streaming-Diensten, mehr als die Hälfte der Nutzer zwischen 14 und 29 Jahre alt. Bei TV-Mediatheken ist die Altersverteilung dagegen mit 30 Prozent 14- bis 29-jähriger etwas ausgeglichener. Insgesamt sprechen Mediatheken und sonstige Videoportale wie auch Subscription-Video-on-Demand-Anbieter somit in der Hauptsache vergleichsweise junge Klientel an. Letztere sind im direkten Vergleich dabei am erfolglosesten.

---

<sup>104</sup> Vgl. Wagner, Matthias / Trebbe, Joachim (2016), S. 98-101.

Bis hierhin lässt sich schlussfolgernd bei Alternativen zu kostenpflichtigen Streaming-Plattformen im Abrufdienst-Segment für Bewegtbildinhalte ein vergleichsweise höheres Risiko dafür erkennen, dass vor allem jüngere Konsumenten bevorzugt Bewegtbildinhalte On-Demand zu konsumieren und sich in der Konsequenz vom linearen Fernsehen abwenden könnten. Doch auch hier sprechen zum einen die bereits erwähnten Daten der ARD/ZDF-Studie zum Anteil des Internets am Bewegtbildkonsum der 14- bis 29-jährigen (10 Prozent) im Vergleich zum linearen Fernsehen (90 Prozent) dagegen. Des Weiteren ist zu vermerken, dass der Anteil der Online-Nutzer, welche Bewegtbildinhalte im Internet konsumieren und nebenbei noch mindestens wöchentlich lineares Fernsehen schauen im Vergleich bei den Mediatheken sowie auch bei sonstigen Videoportalen sogar noch höher ist als die 75 Prozent bei kostenpflichtigen Streaming-Diensten. Folglich kann auch in diesem Bereich trotz der großen inhaltlichen Überschneidungen zum Fernsehprogramm und der steigenden Nutzerzahlen und großen Beliebtheit in der jüngeren deutschen Bevölkerung keine eindeutige imminente Gefahr für die Existenz des linearen Fernsehens erkannt werden.<sup>105</sup>

---

<sup>105</sup> Vgl. Egger, Andreas / van Eimeren, Birgit (2016), S. 112-114.

## 6 Schlussbetrachtungen

Nach der Untersuchung und dem Vergleich des linearen deutschen Fernsehens mit kostenpflichtigen Subscription-Video-on-Demand-Diensten in Hinsicht auf sowohl die inhaltsgebende als auch die inhaltskonsumierende Perspektive kann an dieser Stelle eine Zusammenfassung durchgeführt und eine Schlussfolgerung für die Beantwortung der Forschungsfrage gezogen werden.

### 6.1 Zusammenfassung der Argumentation

Auf der inhaltlichen bzw. angebotsspezifischen Seite zeigt sich durch die Untersuchungen, dass das für den Konsumenten zur Verfügung gestellte Programm bei beiden Medienplattformen sowohl in der Struktur, als auch in der Art der Inhalte stark unterschiedlich ausfällt. Durch die Fokussierung von Subscription-Video-on-Demand-Diensten auf die Gattung der fiktionalen Inhalte mit einem weitreichenden Angebot von hauptsächlich international produzierten Filmen und Serien bei vergleichsweise geringen Anteilen von Dokumentationen als publizistische Inhalte sowie von nicht-fiktionalen und auch Reality-Formaten entsteht eine klare Diskrepanz zum inhaltlichen Angebot der deutschen TV-Sender, welche in dem ihnen möglichen Zeitfenster zur Programmdistribution eine ausgeglichene und vielfältigere Programmstruktur, schon allgemein anhand der unterschiedlichen Sparten, präsentieren. Mehr Vielfalt wird in der Gesamtheit des Fernsehens aber auch innerhalb dieser Sparten geliefert. So geschieht das zum Beispiel im Bereich der Fiktion durch einen vergleichbar hohen Programmanteil von deutschen Produktionen, Eigen-, Auftrags- und Ko-Produktionen deutscher TV-Sender wie von internationalen Kaufproduktionen. In der Publizistik bietet das Fernsehen dem Zuschauer durch eine Vielzahl an informationsverbreitenden, informationsbewertenden und meinungsbildenden Formaten mit gegebenenfalls zeitlich aktuellen Bezügen, welche man im Sortiment der Streaming-Dienste nicht findet, ebenfalls mehr Möglichkeiten zur Auswahl. Video-on-Demand-Anbieter versuchen wiederum mit exklusiven Eigenproduktionen, ebenfalls zu größten Teilen als Film- und Serienformat im Segment der fiktionalen Unterhaltung, Zuschauer zu gewinnen.

Diese Diskrepanz im Programmangebot von deutschen Fernsehsendern und SVoD-Portalen erweist sich nach Beobachtung der aktuellen Nutzungsverhältnisse beider Plattformen durch die deutsche Bevölkerung dabei als nicht förderlich für eine eventuelle Gefährdung der Existenz des linearen Fernsehens nach aktuellem Modell. Das zeigt sich in der Tatsache, dass solche Formate, welche bei Video-on-Demand-Diensten in dieser Art nicht verfügbar sind, zu den beliebtesten und meist geschauten Inhalten im linearen deutschen TV-Programm gehören. Dazu zählen vor allem informationsverbreitende Formate und Live-Übertragungen sowie viele deutsche fiktionale

Eigenproduktionen von Fernsehsendern. Zudem schauen gerade jüngere Menschen im Alter zwischen 14 und 29 Jahren in Deutschland die von Streaming-Plattformen hauptsächlich angebotenen Inhalte auch nach wie vor gerne im linearen Fernsehen. Die Deutschen sehen im linearen TV eine Quelle für sowohl Information und Bildung als auch Unterhaltung. Sie verbinden damit nicht nur einen festen Bestandteil in der Gestaltung und Strukturierung ihres Alltags, sondern auch ein Instrument zur Schaffung eines durch die lineare und definierte Natur des Sendungsprinzips bedingten Gemeinschaftsgefühls zwischen sich selbst und anderen Zuschauern sowie ein Mittel zur Eröffnung der Möglichkeit, in Echtzeit an einem Ereignis teilhaben zu können. Im Gegensatz dazu funktionieren Subscription-Video-on-Demand-Plattformen ausschließlich als ein Mittel zur Unterhaltung, bei dem nicht die Gemeinschaft oder die zeitliche Fixierung, sondern mehr der Nutzer als Individuum und Initiator mit absoluter Freiheit über Inhalt, Ort und Zeit des Konsums im Mittelpunkt steht.

Dass beide Systeme ohne gegenseitige Beeinflussung für ihren jeweiligen Zweck funktionieren und der dominante Status des Fernsehens gegenüber Video-on-Demand in der deutschen Medienlandschaft bestehen bleibt, zeigt sich an den Zahlen und Fakten der Nutzungsverhältnisse beider Plattformen in Deutschland. Das lineare Fernsehen kann eine über Jahre hinweg konstante Reichweite innerhalb der Bevölkerung verbuchen. Die Nutzungshäufigkeit bzw. –dauer zeigt sich rückblickend ebenfalls stabil und sogar mit einer leichten Tendenz nach oben. Der Start zweier großer Streaming-Dienste im Jahr 2014 hatte darauf augenscheinlich keinen Einfluss. Das liegt auch daran, dass selbst in der jüngeren Altersklasse der Gesellschaft noch kein eindeutiges Anzeichen dafür zu erkennen ist, dass sich vom linearen Fernsehen in baldiger Zukunft abgewandt wird. Auch wenn Reichweite und Nutzungsdauer bei den 14- bis 29-jährigen unter dem Gesamtdurchschnitt liegen und in der Entwicklung der letzten Jahre gesunken sind bleibt das Fernsehen in dieser Altersgruppe, wie auch in der gesamten deutschen Bevölkerung, Bewegtbildmedium Nummer Eins. Die Nutzerzahlen und Umsatzwerte der Streaming-Dienste steigen trotzdem, auch wenn sie jeweils nur ein Bruchteil der Mengen sind, die das Fernsehen verbuchen kann und nach einem steilen Anstieg ab 2014 der Zuwachs von Jahr zu Jahr geringer ausfallen soll. Dabei sind kostenpflichtige Video-on-Demand-Dienste noch nicht einmal die erfolgreichsten Vertreter des *Auf-Abruf*-Systems im Bewegtbildkonsum. Sonstige Videoportale wie YouTube oder MyVideo sowie auch von deutschen Fernsehsendern eigens betriebene Mediatheken werden von weitaus mehr Menschen genutzt. Gerade bei letzteren ist die davon ausgehende Gefahr für das lineare Fernsehen aufgrund der größeren Nutzerzahlen sowie weitreichenderen Parallelen im inhaltlichen Angebot theoretisch höher einzuschätzen als bei kostenpflichtigen Streaming-Anbietern und trotzdem haben sie durch ihre Existenz keine eindeutig erkennbare Auswirkung auf den etablierten Status des Fernsehens. Die Beliebtheit und Nutzung von Video-on-Demand nimmt in Deutschland also zu, führt dabei aber nicht zu einer Abwendung vom linearen Fernsehen.



## 6.2 Beantwortung der Forschungsfrage und Ausblick

All die bisher angeführten Punkte sind schlussendlich als Argumente dafür anzusehen, dass nicht von einer Gefährdung des linearen deutschen Fernsehens in dessen Position als etabliertes Massenmedium aufgrund der Existenz von Subscription-Video-on-Demand-Diensten nach dem Vorbild von Netflix auf dem deutschen Medienmarkt auszugehen ist. Kostenpflichtiges Abonnement-basiertes Video-on-Demand ist nach aktuellen Verhältnissen nicht in der Lage, die angebotsbezogenen und nutzungsspezifischen Charakteristiken des linearen Fernsehens und somit auch die Medienplattform an sich zu ersetzen bzw. eine kompensierende Alternative zu bieten. Im Gegensatz dazu ist es vielmehr als ein parallel zur Fernsehlandschaft agierendes und als Erweiterung des Marktes funktionierendes Zusatzmodul zum Bewegtbildkonsum in Deutschland zu verstehen, welches seine Identität im Vergleich durch eine gezielte Fokussierung auf eine spezifischere Auswahl an Inhalten und eine Spezialisierung auf die aktivere Einbindung des Nutzers gründet. Diese Art von Plattform für Bewegtbildinhalte hatte in ihrer bisherigen Bestandszeit nicht annähernd eine vergleichbare Möglichkeit, sich so stark in der Bevölkerung zu etablieren, wie es das Fernsehen durch eine frühere, jahrzehntelange Entwicklung geschafft hatte. Es ist somit nach wie vor als ein neuartiger Kanal für Bewegtbildinhalte zu verstehen, welcher sich als ein junges Element in einem sich ständig weiterentwickelnden Markt befindet und dabei zudem nicht allein, sondern neben einer Vielzahl weiterer vergleichbarer Anbieter auf dem deutschen Medienmarkt existiert.

Es ist nach den Untersuchungen aktuell davon auszugehen, dass das lineare Fernsehen auch in Zukunft eine Perspektive besitzt, trotz der Verfügbarkeit von Abruf- bzw. Streaming-Diensten als Medium generell und zudem als die reichweitenstärkste Plattform für Bewegtbildinhalte in Deutschland weiterzubestehen. Um das auf lange Sicht zu ändern, müsste ein unter Zusammenwirkung verschiedener Faktoren erfolgreicher Prozess stattfinden, um die weitreichende Akzeptanz des Fernsehens zu dezimieren und eine eventuelle Abschaffung des Mediums einleiten zu können. Subscription-Video-on-Demand kann mit dem derzeitigen Umfang und Angebot diese Entwicklung nicht allein und ohne Kollaboration mit anderen Quellen für Bewegtbildinhalte bzw. Informationen im Allgemeinen realisieren. Angebotsspezifisch müssten sich die Streaming-Dienste dafür ein ganzes Stück weit weg von dem Hauptaugenmerk der fiktionalen Unterhaltung bewegen und vor allem in den Bereichen der Übermittlung aktueller Informationen und der Möglichkeit zur Live-Berichterstattung ausgebaut werden, um nicht nur als erweiternde Plattform für Bewegtbildkonsumenten zu agieren, sondern als tatsächliche Alternative zum Fernsehen zu bestehen. Die fortschreitende Verbreitung von schnellen Internetzugängen in Deutschland kann diesem hypothetischen Vorhaben durchaus nützlich sein. Auch die Konvergenz von Fernsehen und Internet (wie beispielsweise durch Smart-TV-Geräte begünstigt) könnte die Sehgewohnheiten der Nut-

zer mehr in eine non-lineare Richtung lenken. In der durchgeführten Umfrage zeigte sich immerhin die knappe Hälfte der Befragten bereit, Video-on-Demand-Inhalte über ein internetfähiges Fernsehgerät zu konsumieren. Ob damit eine generelle Abneigung gegenüber dem linearen Fernsehkonsum erreicht werden kann, ist jedoch sehr fraglich, da beide Verfahren zur Nutzung von Bewegtbildinhalten zu unterschiedliche Voraussetzungen und Ergebnisse im Nutzungserlebnis mit sich bringen, um anstatt in gegenseitigem Einvernehmen je nach individuellem Verlangen als definitive Alternative für das jeweils andere zu funktionieren. Die Frage, ob und inwieweit so ein Prozess in Zukunft stattfinden kann und wird, lässt sich aufgrund der Schnelllebigkeit und ständigen Weiterentwicklung des Medienmarktes nur schwer beantworten. Der TV-Wissenschaftler Lothar Mikos zeigte sich 2014 überzeugt, dass lineares Fernsehen noch mindestens für zwei weitere Generationen existieren wird.<sup>106</sup> Die Meinung in der jungen Bevölkerung scheint sich in die gleiche Richtung zu orientieren. Die 120 im Rahmen dieser Arbeit befragten Fernseh- und bzw. oder Video-on-Demand-Nutzer zeigen sich zu großen Teilen nicht davon überzeugt, dass das lineare Fernsehen aufgrund von Video-on-Demand in Zukunft nicht mehr bestehen wird. Lediglich 20 Prozent rechnen mit einer ernst zu nehmenden Gefahr für das deutsche TV-Segment, während 30 Prozent im Hinblick auf die Zukunft des Fernsehens unentschlossen sind und 60 Befragte, somit die Hälfte der Teilnehmer, von einer Koexistenz beider Medienplattformen ausgehen.

Bezugnehmend auf die Einleitung dieser Arbeit ist somit schlussfolgernd zu vermerken, dass der Aussage von YouTube-CBO Robert Kyncl über die Zukunft des Fernsehens in Koexistenz mit Video-on-Demand eher stattgegeben werden muss als der Meinung des Netflix-Gründers Reed Hastings. Ein Kommentar von Matthias Kurp in der Fachzeitschrift *Funkkorrespondenz* aus dem Jahr 2014 fasst die Ergebnisse dieser Arbeit passend zusammen:

„Hat das Fernsehen das Rennen um die Publikumsgunst also [...] bereits so gut wie verloren? Droht der TV-Branche eine ähnliche Entwicklung wie bei der Tonträgerindustrie oder den Videotheken? Dagegen sprechen vor allem zwei Argumente: Erstens finden sich bei Streaming-Diensten [...] keinerlei aktuelle journalistische Inhalte, sondern nahezu ausschließlich fiktionale Angebote, so dass das neue Medium das alte nicht lückenlos ersetzen kann. Zweitens besteht das ‚Programm‘ von VoD-Portalen im Wesentlichen aus Wiederholungen älterer Filme oder Serien, die bereits aus dem Fernsehen oder Kino bekannt sind. Für aktuelle Blockbuster muss in der Regel extra bezahlt werden. Daran werden auch die Eigenproduktionen von Netflix & Co. so schnell wenig ändern können. Deshalb bleiben zum Beispiel Ereignisse mit Live-Charakter (Sport, Shows, Events) auch künftig eine Domäne des Massenmediums Fernsehen. Und drit-

---

<sup>106</sup> Vgl. Verlag Werben & Verkaufen (Hrsg.): *Lineares Fernsehen wird es noch mindestens zwei Generationen geben*, in: werben & verkaufen Nr. 38 vom 15.09.2014, S. 68.

tens wird gerade das Angebot der Streaming-Portale nicht auf eine differenzierte programmliche Vielfalt ausgerichtet sein, wenn Computeralgorithmen ausrechnen, was die Mehrheit des Publikums will und als Folge dessen primär der Massengeschmack bedient wird.“<sup>107</sup>

---

<sup>107</sup> Matthias Kurb: *Fernsehnets. Wie Streaming und Video-on-Demand das TV-Geschäft verändern*, in: Funkkorrespondenz, 35-36/2014.

## Literaturverzeichnis

### A. Bücher

Aylin Ünal: *Gefährliches Raubtier oder zahmes Pflänzchen?. Netflix im Dschungel des deutschen Video-on-Demand-Markts*, in: die medienanstalten – ALM GbR (Hrsg.): Digitalisierungsbericht 2015. Digitale Welten, analoge Inseln – Die Vermessung der Medienwelt, Berlin, 2015.

Beyer, Axel: *Die Geschichte des Fernsehens in Deutschland*, in: Altendorfer, Otto / Hilmer, Ludwig (Hrsg.): Medienmanagement. Band 2: Medienpraxis – Mediengeschichte – Medienordnung, Wiesbaden, 2016.

Bleicher, Kristin: *Genre und Fernsehen*, in: Kuhn, Markus u.a. (Hrsg.): *Filmwissenschaftliche Genreanalyse*, Berlin, 2013.

Hans-Bredow-Institut (Hrsg.): *Medien von A bis Z*, Wiesbaden, 2006.

Karl Nikolaus Renner: *Fernsehen*, Konstanz, 2012.

Karstens, Eric: *Fernsehen digital. Eine Einführung*, Wiesbaden, 2006.

Karstens, Eric / Schütte, Jörg: *Praxishandbuch Fernsehen. Wie TV-Sender arbeiten*, 3., aktualisierte Auflage, Wiesbaden, 2013.

Messner, Holger: *Pay-TV in Deutschland. Ein schwieriges Geschäftsmodell*, Wiesbaden, 2013.

Trebbe, Joachim / Beier, Anne: *Fernsehen 2015. Aktuelle Programmentwicklungen*, in: die medien-anstalten – ALM GbR (Hrsg.): *Programmbericht 2015. Fernsehen in Deutschland. Programmforschung und Programmdiskurs*, Berlin, 2016.

Wagner, Matthias / Trebbe, Joachim: *Internetfernsehen 2015. Die Programmangebote in den Mediatheken der Fernsehvollprogramme*, in: die medien-anstalten – ALM GbR (Hrsg.): *Programmbericht 2015. Fernsehen in Deutschland. Programmforschung und Programmdiskurs*, Berlin, 2016.

Wirtz, Bernd: *Medien- und Internetmanagement*, 8., aktualisierte und überarbeitete Auflage, Wiesbaden, 2013.

**B. Fachzeitschriften**

Egger, Andreas / van Eimeren, Birgit: *Bewegtbild im Internet. Markt und Nutzung digitaler Plattformen*, in: Media Perspektiven 2/2016.

Kaumanns, Ralf / Siegenheim, Veit: *Video-on-Demand als Element im Fernsehkonsum?*, in: Media Perspektiven 12/2006.

Klingler, Walter / Turecek, Irina: *Medienzeitbudgets und Tagesablaufverfahren*, in: Media Perspektiven 2/2016.

Krüger, Udo Michael: *Profile deutscher Fernsehprogramme. Tendenzen der Angebotsentwicklung*, in: Media Perspektiven, 3/2016.

Martens, Dirk / Herfert, Jan: *Der Markt für Video-on-Demand in Deutschland*, in: Media Perspektiven 2/2013.

Matthias Kurb: *Fernsehnet. Wie Streaming und Video-on-Demand das TV-Geschäft verändern*, in: Funkkorrespondenz, 35-36/2014.

Nooke, Antonia / Jorgensen, Signe S. / Mikos, Lothar: *Video-on-Demand in Deutschland. Angebot und Nutzungsgewohnheiten*, in: tvdiskurs 72 (19.Jg.) 2/2015.

Puffer, Hanna: *Video-on-Demand: Neue Schubkraft durch Netflix?*, in: Media Perspektiven 1/2015.

Schümann, Sandra / Ziems, Dirk: *Warum das traditionelle Fernsehen Zukunft hat. Faszination des linearen Fernsehens*, in: planung & analyse 3/2011.

Verlag Werben & Verkaufen (Hrsg.): *Lineares Fernsehen wird es noch mindestens zwei Generationen geben*, in: werben & verkaufen Nr. 38 vom 15.09.2014.

**C.     Andere Schriften**

Hasebrink, Uwe: *Lineares und nicht-lineares Fernsehen aus der Zuschauerperspektive: Spezifika, Abgrenzungen und Übergänge.*, Hamburg: Hans-Bredow-Institut (Unveröffentlichter Projektbericht), 2009.

Statista (Hrsg.): *Fernsehen in Deutschland – Statista Dossier*, Hamburg, 2016.

Statista (Hrsg.): *Fernsehprogramm – Statista Dossier*, Hamburg, 2016.

Statista (Hrsg.): *Online Videos – Statista-Dossier*, Hamburg, 2015.

Statista (Hrsg.): *Video-on-Demand in Deutschland – Statista Dossier*, Hamburg, 2015.

**D.     Juristische Veröffentlichungen**

*Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien (Rundfunkstaatsvertrag – RStV)*, in der Fassung vom 21. Dezember 2010.

**E. Internetquellen**

Amazon (Hrsg.): *Amazon Video*,  
in: [https://www.amazon.de/Amazon-Video/b/ref=nav\\_shopall\\_aiv?ie=UTF8&node=3010075031](https://www.amazon.de/Amazon-Video/b/ref=nav_shopall_aiv?ie=UTF8&node=3010075031)  
(Zugriff am 28.06.2016).

Amazon (Hrsg.): *Amazon Video. Filme. In Prime enthalten*,  
in: [https://www.amazon.de/gp/search/other/ref=sr\\_sa\\_p\\_n\\_theme\\_browse-bin?rh=n%3A3010075031%2Cn%3A%213010076031%2Cn%3A3015915031%2Cp\\_n\\_ways\\_to\\_watch%3A7448695031&bbn=3015915031&pickerToList=theme\\_browse-bin&ie=UTF8&qid=1466608803](https://www.amazon.de/gp/search/other/ref=sr_sa_p_n_theme_browse-bin?rh=n%3A3010075031%2Cn%3A%213010076031%2Cn%3A3015915031%2Cp_n_ways_to_watch%3A7448695031&bbn=3015915031&pickerToList=theme_browse-bin&ie=UTF8&qid=1466608803)  
(Zugriff am 22.06.2016).

Amazon (Hrsg.): *Amazon Video. Serien. In Prime enthalten*,  
in:  
[https://www.amazon.de/s/ref=sr\\_rot\\_p\\_n\\_ways\\_to\\_watch\\_1?fst=as%3Aoff&rh=n%3A3010075031%2Cn%3A%213010076031%2Cn%3A3015916031%2Cp\\_n\\_ways\\_to\\_watch%3A7448695031&bbn=3015916031&sort=featured-rank&ie=UTF8&qid=1467213773&rnid=7448692031](https://www.amazon.de/s/ref=sr_rot_p_n_ways_to_watch_1?fst=as%3Aoff&rh=n%3A3010075031%2Cn%3A%213010076031%2Cn%3A3015916031%2Cp_n_ways_to_watch%3A7448695031&bbn=3015916031&sort=featured-rank&ie=UTF8&qid=1467213773&rnid=7448692031)  
(Zugriff am 22.06.2016).

Amazon (Hrsg.): *Hilfe und Kundenservice. Über Amazon Prime*,  
in: <https://www.amazon.de/gp/help/customer/display.html?nodeId=201061460>  
(Zugriff am 02.06.2016).

ARD (Hrsg.): *ASTRA*,  
in: <http://www.ard.de/home/intern/fakten/abc-der-ard/487768/index.html>  
(Zugriff am 01.06.2016).

ARD (Hrsg.): *Dritte Programme*,  
in: [http://www.ard.de/home/intern/fakten/abc-der-ard/Dritte\\_Programme/468892/index.html](http://www.ard.de/home/intern/fakten/abc-der-ard/Dritte_Programme/468892/index.html)  
(Zugriff am 31.05.2016).

Deutsche TV-Plattform (Hrsg.): *Glossar. Lineares Fernsehen*,  
in: <http://www.tv-plattform.de/de/glossar>  
(Zugriff am 25.05.2016).

DIGITALFERNSEHEN (Hrsg.): *Video-on Demand-Nutzung soll sich dramatisch ändern*,

in: <http://www.digitalfernsehen.de/Video-on-Demand-Nutzung-soll-sich-dramatisch-aendern.117886.0.html>

(Zugriff am 26.05.2016).

heise online (Hrsg.): *Petition gegen 720p-HD bei ARD und ZDF*,

in: <http://www.heise.de/newsticker/meldung/Petition-gegen-720p-HD-bei-ARD-und-ZDF-941806.html>

(Zugriff am 01.06.2016).

ITWissen (Hrsg.): *Download*,

in: <http://www.itwissen.info/definition/lexikon/Download-download.html>

(Zugriff am 02.06.2016).

ITWissen (Hrsg.): *Streaming-Media*,

in: <http://www.itwissen.info/definition/lexikon/Streaming-Media-streaming-media.html>

(Zugriff am 02.06.2016).

ITWissen (Hrsg.): *Video-on-Demand*,

in: <http://www.itwissen.info/definition/lexikon/Video-on-Demand-VoD-video-on-demand.html>

(Zugriff am 23.05.2016).

Maxdome (Hrsg.): *Das maxdome Paket*,

in: <https://www.maxdome.de/so-gehts/maxdome-monatspaket>

(Zugriff am 02.06.2016).

Maxdome (Hrsg.): *Maxdome*,

in: <https://www.maxdome.de/>

(Zugriff am 28.06.2016).

Maxdome (Hrsg.): *Maxdome. Filme*,

in: <https://www.maxdome.de/spielfilm>

(Zugriff am 23.06.2016).

Maxdome (Hrsg.): *Maxdome. Serien*,

in: <https://www.maxdome.de/serie>

(Zugriff am 23.06.2016).



Netflix (Hrsg.): *Preis wählen*,  
in: <https://www.netflix.com/de/>  
(Zugriff am 02.06.2016).

Netflix (Hrsg.): *Wählen Sie ein Abo und sehen Sie sich sämtliche Titel auf Netflix an.*,  
in: <https://www.netflix.com/de/>  
(Zugriff am 28.06.2016).

Sky (Hrsg.): *Sky Online. Bestellen*,  
in: <https://skyonline.sky.de/bestellen/tickets-konfigurieren/?startTransaction=Y&partnerid=5757891&abotyp=N>  
(Zugriff am 02.06.2016).

Spiegel Online (Hrsg.): *Satellitenfernsehen. So überstehen Sie die Analogabschaltung*,  
in: <http://www.spiegel.de/netzwelt/gadgets/tv-analogabschaltung-ab-dem-30-4-gibt-es-sat-tv-nur-noch-digital-a-829493.html>  
(Zugriff am 01.06.2016).

Statista (Hrsg.): *Anzahl der Internetnutzer in Deutschland in den Jahren 1997 bis 2015 (in Millionen)*, nach einer Studie der ARD und des ZDF, 2016,  
in: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/36146/umfrage/anzahl-der-internetnutzer-in-deutschland-seit-1997/>  
(Zugriff am 27.05.2016).

Statista (Hrsg.): *Anzahl der Internetnutzer in Deutschland in den Jahren 2012 bis 2014 sowie eine Prognose bis 2019 (in Millionen)*, nach einer Studie von eMarketer, 2016,  
in: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/182618/umfrage/anzahl-der-internetnutzer-in-deutschland/>  
(Zugriff am 27.05.2016).

Statista (Hrsg.): *Anzahl der Privathaushalte in Deutschland von 1991 bis 2014*, nach einer Erhebung des Statistischen Bundesamtes,  
in: <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/156950/umfrage/anzahl-der-privathaushalte-in-deutschland-seit-1991/>  
(Zugriff am 05.07.2016).

Statista (Hrsg.): *Digital Market Outlook. EST. Deutschland*,  
in: <https://de.statista.com/outlook/207/137/est/deutschland>  
(Zugriff am 25.05.2016).

Statista (Hrsg.): *Digital Market Outlook. Marktindikatoren*, 2016,  
in: <https://de.statista.com/outlook/206/137/svod/deutschland>  
(Zugriff am 27.05.2016).

Statista (Hrsg.): *Digital Market Outlook. SVoD. Deutschland*,  
in: <https://de.statista.com/outlook/206/137/svod/deutschland>  
(Zugriff am 25.05.2016).

Statista (Hrsg.): *Digital Market Outlook. TVoD. Deutschland*,  
in: <https://de.statista.com/outlook/205/137/tvod/deutschland>  
(Zugriff am 25.05.2016).

Statista (Hrsg.): *Zeitbudget der Deutschen für audiovisuelle Medien in den Jahren 1998 bis 2015 (in Minuten pro Tag)*, nach einer Studie der ARD, 2016,  
in: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/4100/umfrage/entwicklung-der-nutzung-audiovisueller-medien-seit-1998/>  
(Zugriff am 23.05.2016).

techopedia (Hrsg.): *Definition. What does Video on Demand (VoD) mean?*,  
in: <https://www.techopedia.com/definition/25650/video-on-demand-vod>  
(Zugriff am 23.05.2016).

The Interactive Television Dictionary & Business Index (Hrsg.): *The Video on Demand Dictionary and Business Index*,  
in: <http://www.itvdictionary.com/vod.html>  
(Zugriff am 23.05.2016).

Watchever (Hrsg.): *Serien, Shows und Filme direkt online streamen*,  
in: <http://www.watchever.de/>  
(Zugriff am 02.06.2016).

Watchever (Hrsg.): *Watchever*,  
in: <http://www.watchever.de/>  
(Zugriff am 28.06.2016).

WSE GmbH & Co. KG (Hrsg.): *WerStreamt.es?. Liste aller Filme, die bei Netflix verfügbar sind*,  
in: <https://www.werstreamt.es/filme/anbieter-netflix>  
(Zugriff am 26.06.2016).

WSE GmbH & Co. KG (Hrsg.): *WerStreamt.es?. Liste aller Filme, die bei Watchever verfügbar sind*,

in: <https://www.werstreamt.es/filme/anbieter-watchever/option-flatrate/>  
(Zugriff am 24.06.2016).

WSE GmbH & Co. KG (Hrsg.): *WerStreamt.es?. Liste aller Serien, die bei Netflix verfügbar sind*,

in: <https://www.werstreamt.es/serien/anbieter-netflix>  
(Zugriff am 26.06.2016).

WSE GmbH & Co. KG (Hrsg.): *WerStreamt.es?. Liste aller Serien, die bei Watchever verfügbar sind*,

in: <https://www.werstreamt.es/serien/anbieter-watchever/option-flatrate/>  
(Zugriff am 24.06.2016).

# Anlagen

## A. Stichprobenuntersuchung Video-on-Demand

Legende:

	Fiktion		Deutsche (Ko-)Produktionen
	Publizistik		Eigenproduktionen deutscher TV-Sender
	Nicht-fiktionale Unterhaltung		Eigenproduktionen VoD-Anbieter
	Reality-Inhalte		

### Amazon Prime Instant Video

Filme					
Nr.	Titel	Erscheinungsjahr	Produktionsland	Genre	Produktionsstudio
1	Terminator: Genisys	2015	USA	Action & Abenteuer	Paramount Pictures
2	Sex Tape	2014	USA	Komödie	Columbia Pictures
3	Dracula Untold	2014	USA / Japan	Drama / Action & Abenteuer	Universal Pictures
4	Lucy	2014	Frankreich / USA	Science Fiction / Action & Abenteuer	Universal Pictures
5	Mission: Impossible - Rogue Nation	2015	China / Hong Kong / USA	Thriller / Action & Abenteuer	Paramount Pictures
6	Erlöse uns von dem Bösen	2014	USA	Horror	SPHE
7	Die Bestimmung - Divergent	2014	USA	Science Fiction / Action & Abenteuer	TMG
8	12 Years a Slave	2014	USA / UK	Drama / Historienfilm	Tobis
9	Er steht einfach nicht auf Dich	2009	USA / Deutschland / Niederlande	Romantik / Komödie	Metropolitan
10	Die Schöne und das Biest	2014	Frankreich / Deutschland	Drama / Romantik	TMG

11	Nymphomaniac 1	2014	Dänemark / Deutschland / Belgien / UK / Frankreich	Drama	TMG
12	The Purge: Anarchy	2014	USA / Frankreich	Thriller / Horror	Universal Pictures
13	Katakomben	2014	USA	Horror	Universal Pictures
14	Nix wie weg - Vom Planeten Erde	2014	USA / Kanada	Kinder & Familie / Zeichentrick	Blue Yonder Films
15	Horns	2014	USA / Kanada	Fantasy / Thriller / Horror	NBC
16	Bad Neighbors	2014	USA	Komödie	NBC Universal
17	Dr. Cabbie	2014	Kanada	Komödie	Paramount Pictures
18	Bibi & Tina: Voll verhext!	2015	Deutschland	Kinder & Familie	DCM Productions / ZDF
19	Draft Day	2014	USA	Drama	TMG
20	Prisoners	2013	USA	Krimi / Drama / Thriller	Tobis
21	John Wick	2015	USA	Thriller / Action & Abenteuer	87 Eleven
22	Cat. 8 - Wenn die Erde verglüht	2015	Kanada	Thriller / Science Fiction / Komödie / Action & Abenteuer	Muse Entertainment
23	Ich - Einfach unverbesserlich 2	2013	USA	Zeichentrick	Universal Pictures
24	Die Tribute von Panem - Mockingjay Teil 1	2014	USA	Drama / Action & Abenteuer	LionsGate Films
25	The Way Back - Der lange Weg	2010	USA / Vereinigte Arabische Emirate / Polen	Drama / Historienfilm / Action & Abenteuer	Polish Film Institute
26	Der Hundertjährige, der aus dem Fenster stieg und verschwand	2014	Schweden / Russland / UK / Frankreich / Spanien	Drama / Komödie / International	TMG
27	Bibi & Tina	2014	Deutschland	Kinder & Familie	DCM Pictures Berlin / ZDF
28	Kiss The Coach	2013	USA	Romantik / Komödie	Millenium Films

29	Nymphomaniac 2	2014	Dänemark / Deutschland / Belgien / UK / Frankreich / Schweden	Drama	TMG
30	A Million Ways To Die In The West	2014	USA	Western / Komödie	NBC Universal
31	Ich - Einfach unverbesserlich	2010	USA / Frankreich	Kinder & Familie / Zeichentrick	NBC Universal
32	Es ist kompliziert..!	2015	UK	Romantik / Komödie	Studiocanal
33	Zambezia - In jedem steckt ein kleiner Held	2012	Südafrika	Kinder & Familie / International / Zeichentrick	Cinema Management Group
34	Ein Hells Angel unter Brüdern	2015	Deutschland	Dokumentation	Lighthouse Home Entertainment
35	Ronin	1998	UK / Frankreich / USA	Thriller / Action & Abenteuer	MGM
36	Rocky	1976	USA	Sport / Action & Abenteuer	MGM
37	Empire State	2013	USA	Krimi / Action & Abenteuer	24P Media Group
38	Shaun das Schaf - Der Film	2015	UK / Frankreich	Kinder & Familie / Zeichentrick	Studiocanal
39	Zeit der Kannibalen	2014	Deutschland	Komödie	WDR / arte / BR
40	Barbecue	2015	Frankreich	Komödie	Same Player
41	Stolen	2012	USA	Krimi / Thriller / Action & Abenteuer	Millenium Films
42	Nicht mein Tag	2014	Deutschland	Komödie	Sony Pictures
43	Kein Mittel gegen Liebe	2011	USA	Drama / Romantik / Komödie	The Film Department
44	Teenage Mutant Ninja Turtles	2014	USA	Drama, Action & Abenteuer	Paramount Pictures
45	The Iceman	2012	USA	Krimi / Drama / Thriller	Bleiberg Entertainment
46	Ashby	2015	USA	Drama	Paramount Pictures
47	The Amazing Spiderman 2: Rise of Electro	2014	USA	Action & Abenteuer	Columbia Pictures
48	Spongebob Schwammkopf: Schwamm aus dem Wasser	2015	USA	Komödie	Paramount Pictures

49	Armour of God - Chinese Zodiac	2014	Hong Kong / China	Komödie / International	Jackie & JJ Productions
50	Prestige - Meister der Magie	2006	USA / UK	Drama / Thriller	Warner Bros.
51	Michael Kohlhaas	2013	Frankreich / Deutschland	Drama / Action & Abenteuer	Les Films d'Ici / ZDF
52	Fargo	1995	USA / UK	Krimi / Thriller / Komödie / Independent & Arthouse	MGM
53	Rocky II	1978	USA	Sport / Action & Abenteuer	MGM
54	Robocop	2014	USA	Thriller / Science Fiction / Action & Abenteuer	Columbia Pictures
55	Verrückt nach Barry	2014	USA	Komödie	Madrose Productions
56	Kindsköpfe	2010	USA	Komödie	Sony Pictures
57	Ride Along	2014	USA	Komödie / Action & Abenteuer	NBC
58	Snowpiercer	2014	Südkorea / Tschechien / USA / Frankreich	Science Fiction / International / Action & Abenteuer	CJ Entertainment
59	Der ganz normale Studentenwahnsinn	2015	USA	Komödie	Paramount Pictures
60	Muhammad Ali - Der größte Boxer aller Zeiten	2009	-	Dokumentation	Network Entertainment
61	Mama Muh und die Krähe	2010	Schweden / Deutschland	Kinder & Familie / Zeichentrick	Svensk Filmindustri
62	The Dark Knight	2008	USA / UK	Krimi / Thriller / Action & Abenteuer	Warner Bros.
63	Transformers	2007	USA	Action & Abenteuer	Paramount Pictures
64	Wie ein einziger Tag	2004	USA	Drama / Romantik	Warner Bros.
65	Ein Versprechen	2013	Frankreich / Belgien	Drama	Holiday
66	Copenhagen	2015	Kanada / USA / Dänemark	Action & Abenteuer / Drama / Romantik	Lighthouse Home Entertainment

67	Ich - Einfach unverbessertlich 2: 3 Mini-Movies Collection	2014	USA	Kinder & Familie / Zeichentrick	Universal Pictures
68	The Colony	2013	Kanada	Science Fiction / International / Horror	Alcina Pictures
69	Fragile	2005	Spanien / UK	Horror	Splendid Film GmbH
70	Free Birds: Esst uns an einem anderen Tag	2014	USA	Kinder & Familie / Zeichentrick	Reel FX Creative Studios
71	The Lazarus Effect	2015	USA	Horror	LionsGate Films
72	Rocky Balboa	2006	USA	Sport / Drama	MGM
73	Mythos Amazonas - Grüne Hölle oder Paradies?	2010	Deutschland	Dokumentation	Splendid Film GmbH
74	Ziemlich Beste Freunde	2011	Frankreich	Drama / Komödie	Universum Film
75	When Animals Dream	2014	Dänemark / Frankreich	Thriller / Horror	AlphaVille Pictures
76	Batman Begins	2005	USA / UK	Thriller / Action & Abenteuer	Warner Bros.
77	Das Leuchten der Stille	2010	USA	Drama / Romantik	Studiocanal
78	Can a Song save your Life?	2014	USA	Drama / Romantik / Komödie / Musikfilm / Tanz & Theater	Sycamore Pictures
79	Vive la France - Gesprengt wird später	2015	Frankreich	Komödie / Action & Abenteuer	Légende Films
80	Terminator - Die Erlösung	2008	USA / Deutschland / UK / Italien	Science Fiction / Action & Abenteuer	Sony Pictures
81	Like Father, Like Son	2013	Japan	Drama	Holiday
82	Iron Sky	2013	Finnland / Deutschland / Australien	Science Fiction / Komödie / Action & Abenteuer	Blind Spot Pictures
83	Silver Linings	2013	USA	Drama / Romantik / Komödie	Weinstein Company
84	Ein Fisch namens Wanda	1987	USA / UK	Komödie	MGM
85	The Girl Next Door	2004	USA	Komödie	Studiocanal



86	Rocky IV - Der Kampf des Jahrhunderts	1985	USA	Sport / Action & Abenteuer	MGM
87	Robin Hood	2010	USA / UK	Action & Abenteuer	NBC Universal
88	Lovelace	2013	USA	Drama	Animus Films
89	The Poker House	2013	USA	Drama	Phase 4 Films
90	The Legend Hercules	2014	USA	Fantasy / Action & Abenteuer	Millenium Films
91	Flug 7500 - Sie sind nicht allein	2014	Japan / USA	Horror	TMG
92	I, Frankenstein	2014	Australien / USA	Fantasy / Action & Abenteuer	Hopscotch Features
93	Wolkig mit Aussicht auf Fleischbällchen	2009	USA	Zeichentrick	Sony Pictures
94	Und nebenbei das große Glück	2012	Frankreich	Romantik / Komödie / International	Canal +
95	Der Soldat James Ryan	1998	USA	Drama / Action & Abenteuer	Dreamworks
96	Devils Playground	2010	UK	Action & Aben- teuer / Horror	Splendid Film GmbH
97	She's the Man - Voll mein Typ	2006	USA / Kanada	Komödie	Studiocanal
98	Monster House	2006	USA	Kinder & Familie / Zeichentrick	Sony Pictures
99	Gladiator	2000	USA / UK	Historienfilm / Action & Abenteuer	NBC Universal
100	War of the Arrows	2012	Südkorea	Action & Abenteuer	Lotte Enter- tainment

### Serien

Nr.	Titel	Jahr	Produktions- land	Genre	Produktions- studio
1	Preacher - Staffel 1	2016	USA	Fantasy / Drama / Action & Abenteuer	AMC
2	Fear the Walking Dead - Staffel 2	2016	USA	Drama / Science Fiction / Horror	AMC
3	The Big Bang Theory - Staffel 8	2015	USA	Komödie	Warner Bros.
4	2 Broke Girls - Staffel 4	2015	USA	Komödie	Warner Bros.

5	The Night Manager - Staffel 1	2016	UK / USA	Krimi / Drama / Thriller / International	TMG
6	Witches of East End - Staffel 2	2015	USA	Fantasy / Drama	Fox
7	Hap and Leonard - Staffel 1	2016	USA	Drama / Action & Abenteuer	Sundance TV
8	Prison Break - Staffel 1	2007	USA	Drama / Action & Abenteuer	Fox
9	Homeland - Staffel 4	2015	USA	Drama / Thriller	Fox
10	Bosch - Staffel 2	2016	USA	Krimi / Drama	Amazon Studios
11	The Shannara Chronicles - Staffel 1	2016	USA	Fantasy / Drama / Action & Abenteuer	MTV / Sonar Entertainment
12	New Girl - Staffel 4	2014	USA	Komödie	Fox
13	12 Monkeys - Staffel 1	2015	USA	Drama / Science Fiction	NBC
14	Wayward Pines - Staffel 1	2015	USA	Drama / Science Fiction / Thriller	Fox
15	The Big Bang Theory - Staffel 7	2014	USA	Komödie	Warner Bros.
16	Homeland - Staffel 1	2013	USA	Drama / Thriller	Fox
17	The Man In The High Castle - Staffel 1	2015	USA	Drama / Thriller	Amazon Studios
18	Prison Break - Staffel 2	2007	USA	Drama / Action & Abenteuer	Fox
19	The Neighbors - Staffel 1	2012	USA	Komödie	ABC Studios
20	Forever - Staffel 1	2014	USA	Krimi / Drama	Warner Bros.
21	Tom und Jerry Theatricals - Staffel 1	1954	USA	Kinder & Familie	Warner Bros.
22	Mistresses - Staffel 2	2014	USA / UK	Thriller	ABC Studios
23	The Walking Dead - Staffel 5	2015	USA	Drama / Thriller / Science Fiction / Horror	AMC
24	The Big Bang Theory - Staffel 4	2010	USA	Komödie	Warner Bros.
25	The Big Bang Theory - Staffel 2	2008	USA	Komödie	Warner Bros.

26	The Big Bang Theory - Staffel 6	2012	USA	Komödie	Warner Bros.
27	2 Broke Girls - Staffel 1	2011	USA	Komödie	Warner Bros.
28	Prison Break - Staffel 4	2009	USA	Drama / Action & Abenteuer	Fox
29	Vikings - Staffel 2	2014	Irland / Kanada	Drama / Historienfilm / International / Action & Abenteuer	MGM
30	The Big Bang Theory - Staffel 5	2011	USA	Komödie	Warner Bros.
31	The Big Bang Theory - Staffel 3	2009	USA	Komödie	Warner Bros.
32	Two and a Half Men - Staffel 4	2006	USA	Komödie	Warner Bros.
33	Two and a Half Men - Staffel 1	2003	USA	Komödie	Warner Bros.
34	Downton Abbey - Staffel 5	2014	UK	Drama / Romantik	NBC Universal
35	Two and a Half Men - Staffel 3	2005	USA	Komödie	Warner Bros.
36	Two and a Half Men - Staffel 2	2004	USA	Komödie	Warner Bros.
37	The Big Bang Theory - Staffel 1	2007	USA	Komödie	Warner Bros.
38	Teen Wolf - Staffel 5 - Teil 2	2015	USA	Fantasy / Drama / Horror	MTV
39	The Vampire Diaries - Staffel 1	2009	USA	Fantasy / Drama / Romantik	Warner Bros.
40	The Flash - Staffel 1	2015	USA	Drama / Action & Abenteuer	Warner Bros.
41	The Fosters - Staffel 2	2015	USA	Drama / LGBT	ABC Family
42	2 Broke Girls - Staffel 3	2014	USA	Komödie	Warner Bros.
43	The Good Wife - Staffel 1	2009	USA	Krimi / Drama	CBS Studios International
44	2 Broke Girls - Staffel 2	2012	USA	Komödie	Warner Bros.
45	Two and a Half Men - Staffel 6	2008	USA	Komödie	Warner Bros.
46	Prison Break - Staffel 3	2009	USA	Drama / Action & Abenteuer	Fox
47	The Walking Dead - Staffel 3	2012	USA	Drama / Thriller / Science Fiction / Horror	AMC

48	Meine wilden Töchter - Staffel 1	2002	USA	Drama / Komödie	ABC Studios
49	New Girl - Staffel 1	2011	USA	Komödie	Fox
50	Mad Dogs - Staffel 1	2016	USA	Drama / Komödie	Amazon Studios
51	24 - Staffel 1	2003	USA	Drama	Fox
52	The Fosters - Staffel 1	2013	USA	Drama / LGBT	ABC Family
53	The Vampire Diaries - Staffel 6	2015	USA	Fantasy / Drama / Romantik	Warner Bros.
54	Peanuts - Staffel 1	2016	Frankreich	Zeichentrick	Normaal
55	The Walking Dead - Staffel 4	2014	USA	Drama / Thriller / Science Fiction / Horror	AMC
56	The Walking Dead - Staffel 2	2012	USA	Drama / Thriller / Science Fiction / Horror	AMC
57	The Neighbors - Staffel 2	2013	USA	Komödie	ABC Studios
58	24 - Live Another Day - Staffel 9	2014	USA	Drama	Fox
59	Two and a Half Men - Staffel 5	2007	USA	Komödie	Warner Bros.
60	Das geheimnisvolle Kochbuch - Staffel 1	2016	USA	Kinder & Familie	Amazon Studios
61	The Vampire Diaries - Staffel 4	2013	USA	Fantasy / Drama / Romantik	Warner Bros.
62	The Good Wife - Staffel 5	2015	USA	Krimi / Drama	CBS Studios International
63	Mr. Robot - Staffel 1	2015	USA	Krimi / Drama	NBC Universal
64	Teen Wolf - Staffel 3	2013	USA	Fantasy / Drama / Horror	MTV
65	New Girl - Staffel 2	2012	USA	Komödie	Fox
66	New Girl - Staffel 3	2014	USA	Komödie	Fox
67	Two and a Half Men - Staffel 7	2009	USA	Komödie	Warner Bros.
68	The Vampire Diaries - Staffel 2	2010	USA	Fantasy / Drama / Romantik	Warner Bros.
69	Gossip Girl - Staffel 2	2008	USA	Drama / Romantik	Warner Bros.

70	The Good Wife - Staffel 2	2010	USA	Krimi / Drama	CBS Studios International
71	Criminal Minds - Staffel 10	2015	USA / Kanada	Krimi / Drama / Thriller	ABC Studios
72	The Vampire Diaries - Staffel 3	2011	USA	Fantasy / Drama / Romantik	Warner Bros.
73	Armans Geheimnis - Staffel 1	2015	Deutschland	Kinder & Familie	WDR mediagroup
74	The Vampire Diaries - Staffel 5	2013	USA	Fantasy / Drama / Romantik	Warner Bros.
75	Gossip Girl - Staffel 1	2007	USA	Drama / Romantik	Warner Bros.
76	Downton Abbey - Staffel 1	2010	UK	Drama / Romantik	NBC Universal
77	Two and a Half Men - Staffel 12	2015	USA	Komödie	Warner Bros.
78	The Walking Dead - Staffel 1	2010	USA	Drama / Thriller / Science Fiction / Horror	AMC
79	The Good Wife - Staffel 3	2014	USA	Krimi / Drama	CBS Studios International
80	Two and a Half Men - Staffel 8	2010	USA	Komödie	Warner Bros.
81	Downton Abbey - Staffel 3	2013	UK	Drama / Romantik	NBC Universal
82	The Good Wife - Staffel 4	2014	USA	Krimi / Drama	CBS Studios International
83	Downton Abbey - Staffel 4	2013	UK	Drama / Romantik	NBC Universal
84	Downton Abbey - Staffel 2	2011	UK	Drama / Romantik	NBC Universal
85	Navy CIS - Staffel 12	2015	USA	Action & Abenteuer / Drama / Krimi	CBS
86	Morgen hör ich auf - Staffel 1	2016	Deutschland	Krimi / Drama	Network Movie / ZDF
87	Teen Wolf - Staffel 1	2011	USA	Fantasy / Drama / Horror	MTV
88	Mia and Me	2012	Niederlande / Deutschland / Italien / Kanada	Kinder & Familie / International / Zeichentrick	Studio Hamburg / ZDF
89	Criminal Minds - Staffel 1	2005	USA / Kanada	Krimi / Drama / Thriller	ABC Studios
90	Defiance - Staffel 1	2013	USA	Drama / Science Fiction	NBC
91	Gossip Girl - Staffel 3	2009	USA	Drama / Romantik	Warner Bros.
92	Private Practice - Staffel 2	2009	USA	Drama	ABC Studios

93	Gossip Girl - Staffel 4	2010	USA	Drama / Romantik	Warner Bros.
94	Gossip Girl - Staffel 5	2011	USA	Drama / Romantik	Warner Bros.
95	Heroes - Staffel 1	2006	USA	Drama / Science Fiction / Action & Abenteuer	NBC
96	Teen Wolf - Staffel 2	2012	USA	Fantasy / Drama / Horror	MTV
97	In aller Freundschaft - Die jungen Ärzte - Staffel 1	2015	Deutschland	Drama	Bavaria Media / ARD / ZDF
98	Two and a Half Men - Staffel 11	2013	USA	Komödie	Warner Bros.
99	How I Met Your Mother - Staffel 9	2014	USA	Komödie	Fox
100	Die Nanny - Staffel 1	1993	USA	Komödie	Sony

#### Amazon Instant Video Eigenproduktionen

1	Bosch
2	The Man In The High Castle
3	Mad Dogs
4	Das geheimnisvolle Kochbuch
5	Hand of God
6	The Interestings
7	Bianca Zauberkind
8	The Last Tycoon
9	Betas
10	Alpha House
11	Red Oaks
12	Sigmund and the Sea Monsters
13	Mozart in the Jungle
14	Transparent
15	Creative Galaxy
16	Gortimer Gibbon: Mein Leben in der Normal Street
17	The New Yorker Presents
18	The Stinky & Dirty Show
19	Tumbl Leaf
20	Sneaky Pete
21	Z: The Beginning of Everything
22	Morris and the Cow
23	The Kicks
24	Toasty Tales
25	Niko and the Sword of Light

26	Jazzdruck
27	The Curious Kitty & Friends
28	Little Big Awesome

## Quellen:

[https://www.amazon.de/s/ref=sr\\_rot\\_p\\_n\\_ways\\_to\\_watch\\_1?fst=as%3Aoff&rh=n%3A3010075031%2Cn%3A%213010076031%2Cn%3A3015915031%2Cp\\_n\\_ways\\_to\\_watch%3A7448695031&bbn=3015915031&ie=UTF8&qid=1466632415&rnid=7448692031](https://www.amazon.de/s/ref=sr_rot_p_n_ways_to_watch_1?fst=as%3Aoff&rh=n%3A3010075031%2Cn%3A%213010076031%2Cn%3A3015915031%2Cp_n_ways_to_watch%3A7448695031&bbn=3015915031&ie=UTF8&qid=1466632415&rnid=7448692031)  
(Zugriff am 22.06.2016)

[https://www.amazon.de/gp/search/ref=sr\\_pg\\_1?fst=as%3Aoff&rh=n%3A3010075031%2Cn%3A%213010076031%2Cn%3A3015916031%2Cp\\_n\\_ways\\_to\\_watch%3A7448695031&bbn=3015916031&sort=featured-rank&ie=UTF8&qid=1466690910](https://www.amazon.de/gp/search/ref=sr_pg_1?fst=as%3Aoff&rh=n%3A3010075031%2Cn%3A%213010076031%2Cn%3A3015916031%2Cp_n_ways_to_watch%3A7448695031&bbn=3015916031&sort=featured-rank&ie=UTF8&qid=1466690910)  
(Zugriff am 22.06.2016)

[www.imdb.com](http://www.imdb.com) (Zugriff am 22.06.2016)

## Netflix

Filme					
Nr.	Titel	Erscheinungs-jahr	Produktions-land	Genre	Produktions-studio
1	Addicted to Sexting	2015	USA	Dokumentation	Lyrical Vine Entertainment
2	Guardians of the Galaxy	2014	USA / UK	Action / Science Fiction / Fantasy / Abenteuer	Marvel Studios
3	Lust ohne Grenzen	2010	Mexiko	Komödie / Drama / Romantik	Machete Producciones
4	Tricked	2013	USA / Schweden	Dokumentation	3 Generations
5	Green Lantern	2011	USA	Action / Science Fiction / Fantasy / Abenteuer / Thriller / Romantik	Warner Bros.
6	DMT: The Spirit Molecule	2010	USA	Dokumentation	Synthetic Pictures

7	Synchronicity	2015	USA	Science Fiction / Fantasy / Mystery / Thriller	POP Films
8	Ralph reichts	2012	USA	Animation / Abenteuer / Komödie / Familie / Science Fiction	Walt Disney Animation Studios
9	The Do-Over	2016	USA	Komödie	Happy Madison Productions / Netflix
10	The Chosen Ones	2015	Mexiko / Frankreich	Drama	Canana
11	Beautiful Creatures	2013	USA	Action / Drama / Science Fiction / Fantasy / Abenteuer / Thriller / Romantik	Warner Bros.
12	The Return of the First Avenger	2014	USA	Action / Science Fiction / Fantasy / Abenteuer	Marvel Studios
13	Terminator	1984	UK / USA	Action / Science Fiction	Pacific Western
14	Vielleicht lieber erst morgen	2012	USA	Komödie / Drama / Romantik	Summit Entertainment
15	Die Verurteilten	1994	USA	Drama / Krimi	Castle Rock Entertainment
16	Ip Man 3	2015	Hong Kong	Action / Drama / Abenteuer	Dreams Salon Entertainment
17	Departed - Unter Feinden	2006	USA / Hong Kong	Action / Drama / Horror / Abenteuer / Thriller / Krimi	Warner Bros.
18	The Cabin in the Woods	2012	USA	Action / Horror / Mystery / Abenteuer / Thriller	Lionsgate
19	Guilty	2015	Indien	Drama / Mystery / Thriller	Jar Pictures
20	Pulp Fiction	1994	USA	Komödie / Action / Drama / Thriller / Krimi	Miramax
21	Insidious	2010	USA / UK	Horror / Thriller	Alliance Films
22	Victoria	2015	Deutschland	Drama / Thriller / Krimi	Deutschfilm / WDR
23	Salam Neighbor	2015	USA / Jordanien / Syrien	Dokumentation	1001 Media Group



24	Alphabet - Angst oder Liebe	2013	Deutschland / Österreich	Dokumentation	Home Run Pictures
25	Hit & Run	2012	USA	Komödie / Action / Abenteuer / Romantik	Exclusive Media Group
26	Der Hobbit - Smaugs Einöde	2013	USA / Neuseeland	Action / Drama / Science Fiction / Fantasy / Familie / Abenteuer	MGM / New Line Cinema
27	Dumbo	1941	USA	Komödie / Drama / Musik / Animation / Familie	Walt Disney Productions
28	Cowspiracy - Das Geheimnis der Nachhaltigkeit	2014	USA	Dokumentation	First Spark Media
29	Fight Club	1999	USA / Deutschland	Action / Drama / Thriller	Fox 2000 Pictures
30	Tropic Thunder	2008	USA / UK / Deutschland	Komödie / Action / Abenteuer	DreamWorks
31	Django Unchained	2012	USA	Action	Weinstein Company / Columbia Pictures
32	Splice	2009	Kanada / Frankreich / USA	Drama / Science Fiction / Fantasy / Horror / Thriller / Krimi	Dark Castle Entertainment
33	Still	2016	USA	Horror / Thriller	Blumhouse Productions
34	Paradise	2013	USA	Komödie / Drama	Mandate Pictures
35	Sieben	1995	USA	Drama / Horror / Mystery / Thriller / Krimi	New Line Cinema
36	Super süß und super sexy	2002	USA	Komödie / Romantik	Columbia Pictures
37	Makkhi	2012	Indien	Komödie / Drama / Fantasy	PVP Cinema
38	Hot Girls Wanted	2015	USA	Dokumentation	Two to Tangle Productions / Netflix
39	Der Kreis	2015	USA	Drama / Science Fiction / Horror / Thriller	Felt Films

40	Thor	2011	USA	Action / Drama / Science Fiction / Fantasy / Abenteuer	Paramount Pictures / Marvel Studios
41	Live. Die. Repeat.	2014	USA / Kanada	Action / Science Fiction / Abenteuer	Warner Bros.
42	Die Reise ins Labyrinth	1986	UK / USA	Action / Science Fiction / Fantasy / Musik / Familie / Abenteuer	Henson Associates
43	Breaking Dawn - Bis zum Ende der Nacht, Teil 2	2012	USA	Romantik / Fantasy	Summit Entertainment
44	Clerks - Die Ladenhüter	1994	USA	Komödie / Drama	Miramay
45	Catch Me If You Can	2002	USA / Kanada	Komödie / Drama / Thriller / Krimi	DreamWorks
46	Only God Forgives	2013	Dänemark / Schweden / Thailand / USA / Frankreich	Action / Drama / Abenteuer / Thriller / Krimi	Space Rocket Nation
47	Top Spin	2014	USA	Dokumentation	-
48	Lost In Translation	2003	USA / Japan	Komödie / Drama / Romantik	Focus Features
49	Stereo	2014	Deutschland	Horror / Thriller / Krimi	Frisbeefilms / ZDF
50	Stand By Me - Das Geheimnis eines Sommers	1986	USA	Action / Drama / Familie / Abenteuer / Krimi	Columbia Pictures
51	The Lego Movie	2014	Australien / USA / Dänemark	Komödie / Action / Fantasy / Animation / Kids / Familie / Abenteuer	Warner Bros.
52	The True Cost - Der Preis der Mode	2015	Bangladesch / USA / Kambodscha / China / Dänemark / Frankreich / Haiti / Indien / Italien / Uganda / UK	Dokumentation	Untold Creative
53	The Spectacular Now	2013	USA	Komödie / Drama / Romantik	Andrew Lauren Productions

54	Umweg nach Hause	2016	USA	Komödie / Drama	Worldwide Pants
55	He Never Died	2015	USA / Kanada	Komödie / Drama / Horror / Thriller	Alternate Ending Studios
56	Der Hobbit - Eine unerwartete Reise	2012	USA / Neuseeland	Action / Drama / Science Fiction / Fantasy / Musik / Familie / Abenteuer	MGM / New Line Cinema
57	Ferris macht blau	1986	USA	Komödie / Action / Drama / Abenteuer / Romantik	Paramount Pictures
58	Colombiana	2011	Frankreich	Action / Drama / Abenteuer / Thriller / Krimi	EuropaCorp
59	Zodiac - Die Spur des Killers	2007	USA	Drama / Mystery / Thriller / Krimi	Paramount Pictures / Warner Bros.
60	From Paris with Love	2010	Frankreich	Action / Abenteuer / Thriller / Krimi	EuropaCorp
61	Don Jon	2013	USA	Komödie / Drama / Romantik	Voltage Pictures
62	Mr. Präsident Junior	1996	USA	Komödie / Familie	Walt Disney Pictures
63	Ausgebremst - Die Lance Armstrong-Story	2014	Australien / UK / USA / Neuseeland / Italien / Frankreich	Dokumentation	ABC Commercial
64	My Own Man	2015	USA	Komödie / Drama	Class 5 Films
65	Operation Walküre	2008	USA / Deutschland	Drama / Thriller / Krimi	MGM
66	Vom Winde verweht	1939	USA	Drama / Science Fiction / Romantik	MGM
67	More Than Honey	2012	Schweiz / Deutschland / Österreich	Dokumentation	Zero One Film / BR
68	Ziemlich Beste Freunde	2011	Frankreich	Komödie / Drama	Canal+
69	Silent Hill: Revelation	2012	Frankreich / USA / Kanada	Action / Fantasy / Horror / Mystery / Abenteuer / Thriller	Davis-Films / Konami
70	School of Rock	2003	USA / Deutschland	Komödie / Musik / Familie / Romantik	Paramount Pictures

71	The Lucky One - Für immer der deine	2012	USA	Komödie / Drama / Romantik	Warner Bros.
72	Winter's Tale	2014	USA	Drama / Science Fiction / Fantasy / Mystery / Abenteuer / Romantik	Village Roadshow Pictures
73	Shrek der Dritte	2007	USA	Komödie / Action / Fantasy / Animation / Kids / Familie / Abenteuer	DreamWorks
74	Seelen	2013	USA	Abenteuer / Romantik / Science Fiction	Chockstone Pictures
75	Die Hüter des Lichts	2012	USA	Action / Science Fiction / Fantasy / Animation / Kids / Familie / Abenteuer	DreamWorks
76	Mulan	1998	USA	Komödie / Action / Drama / Musik / Animation / Kids / Familie / Abenteuer	Walt Disney Pictures
77	Matt Shepard is a Friend of Mine	2014	USA / Marokko / Schweiz	Dokumentation	Run Rabbit Run Media
78	Einmal Hallig und zurück	2015	Deutschland	Komödie	Brainpool / NDR
79	Katt Williams: Pimpadelic	2009	USA	Dokumentation	Codeblack Entertainment
80	Singin' in the Rain	1952	USA	Komödie / Musik / Familie / Romantik	MGM
81	M.A.S.H.	1970	USA	Komödie / Action / Drama	20th Century Fox
82	Das China-Syndrom	1979	USA	Drama / Thriller	Columbia Pictures
83	Million Dollar Arm	2014	USA	Komödie / Drama / Sport	Walt Disney Pictures
84	Die Wüste lebt	1953	USA	Dokumentation	Walt Disney Productions
85	The Tournament	2009	UK / USA	Action / Horror / Abenteuer / Thriller	Mann Made Films

86	Alice im Wunderland	2010	USA	Action / Drama / Science Fiction / Fantasy / Kids / Familie / Abenteuer	Walt Disney Pictures
87	Per Anhalter durch die Galaxis	2005	USA / UK	Komödie / Action / Science Fiction / Fantasy / Familie / Abenteuer	Toucstone Pictures
88	Drillbit Taylor - Ein Mann für alle Unfälle	2008	USA	Komödie	Paramount Pictures
89	Der Pate	1972	USA	Action / Drama / Thriller / Krimi	Paramount Pictures
90	Magic Mike	2012	USA	Komödie	Iron Horse Entertainment
91	Forrest Gump	1994	USA	Komödie / Drama / Romantik	Paramount Pictures
92	My Big Fat Greek Wedding	2002	USA / Kanada	Komödie / Drama / Romantik	HBO / Gold Circle Films
93	Casa de mi Padre	2012	USA	Komödie / Action / Western / Abenteuer	NALA Films
94	Die Möbius-Affäre	2013	Frankreich / Belgien / Luxemburg	Drama / Thriller / Krimi	Récifilms
95	Godzilla	2014	USA / Japan	Action / Science Fiction / Fantasy / Abenteuer / Thriller	Warner Bros.
96	The Hunting Ground	2015	USA	Dokumentation	Chain Camera Pictures
97	Pete Johansson könnte Ihnen auch gefallen	2016	USA	Dokumentation	-
98	Point and Shoot	2014	USA	Dokumentation	Orchard
99	Früchte des Zorns	1940	USA	Drama	20th Century Fox
100	Bo Burnham: Make Happy	2016	USA	Komödie / Musik	-

Serien					
Nr.	Titel	Erscheinungs- jahr	Produktions- land	Genre	Produktions- studio
1	Orange Is The New Black	2014	USA	Komödie / Drama	Lionsgate Television / Netflix
2	Penny Dreadful	2016	USA / Irland / UK	Drama / Fantasy / Horror	Desert Wolf Productions
3	Outlander	2014	USA	Action / Drama / Science Fiction / Fantasy / Abenteuer / Romantik	Tall Ship Productions
4	Suits	2013	USA	Komödie / Drama	Universal Cable Productions
5	Pretty Little Liars	2010	USA	Drama / Mystery / Thriller	ABC Family
6	How to Get Away with Murder	2014	USA	Drama / Mystery / Thriller / Krimi	ABC Studios
7	Arrow	2012	USA	Action / Drama / Science Fiction / Mystery / Abenteuer / Thriller / Krimi	Warner Bros.
8	Breaking Bad	2008	USA	Action / Drama / Abenteuer / Thriller / Krimi	Sony Pictures Television
9	Sherlock	2010	UK / USA	Komödie / Action / Drama / Mystery / Abenteuer / Thriller / Krimi	BBC Wales
10	The Blacklist	2013	USA	Action / Drama / Mystery / Krimi	Universal Television
11	The Walking Dead	2010	USA	Drama / Horror	AMC
12	Call the Midwife	2013	UK	Drama / Romantik	BBC
13	Better Call Saul	2015	USA	Komödie / Drama / Krimi	High Bridge Productions / AMC / Netflix
14	The Mentalist	2008	USA	Komödie / Action / Drama / Mystery / Thriller / Krimi	Warner Bros.

15	Elementary	2014	USA	Drama / Mystery / Thriller / Krimi	CBS Television Studios
16	House of Cards	2013	USA	Drama / Thriller / Krimi	Media Rights Capital / Netflix
17	Modern Family	2009	USA	Komödie / Familie	20th Century Fox Television
18	Die Brücke - Transit in den Tod	2011	Schweden / Dänemark / Deutschland	Krimi	Filmlance International AB / ZDF
19	Supernatural	2005	USA	Action / Drama / Science Fiction / Fantasy / Horror / Mystery / Abenteuer / Krimi	Warner Bros.
20	The Americans	2013	USA	Drama / Mystery / Thriller / Krimi	DreamWorks
21	Rebellion	2016	Irland	Drama	Zodiak Media Ireland
22	Black Mirror	2014	UK	Drama / Science Fiction / Fantasy	Channel 4
23	Marvel's Daredevil	2015	USA	Action / Drama / Science Fiction / Fantasy / Thriller / Krimi	ABC Studios
24	Last Kingdom	2015	UK	Action / Romantik	Carnival Film & Television
25	Miss Fishers mysteriöse Mordfälle	2012	Australien	Drama / Mystery / Krimi	Every Cloud Productions
26	Family Guy	1999	USA	Komödie / Animation	20th Century Fox Television
27	Voltron: Legendärer Verteidiger	2016	USA	Animation / Adventure / Science Fiction	DreamWorks / Netflix
28	Doctor Who	2015	UK / Kanada	Action / Drama / Science Fiction / Fantasy / Familie / Abenteuer	BBC / CBC
29	The Big Bang Theory	2007	USA	Komödie / Drama	Warner Bros.
30	Sons of Anarchy	2008	USA	Action / Drama / Abenteuer / Thriller / Krimi	SutterInk
31	Peaky Blinders	2013	UK	Drama / Krimi	BBC
32	Ray Donovan	2014	USA	Action / Drama / Abenteuer	Mark Gordon Company

33	Scream	2016	USA	Horror / Thriller	Dimension Television / Netflix
34	Gotham	2014	USA	Action / Drama / Fantasy / Thriller / Krimi	Warner Bros.
35	The Originals	2013	USA	Action / Drama / Science Fiction / Fantasy / Horror / Mystery / Abenteuer	Bonanza Productions
36	Chef's Table	2016	USA	Dokumentation	Boardwalk Pictures
37	Z Nation	2014	USA	Komödie / Action / Drama / Science Fiction / Fantasy / Horror	Asylum
38	American Horror Story	2011	USA	Drama / Science Fiction / Fantasy / Horror / Mystery / Thriller	20th Century Fox Television
39	Hannibal	2012	USA	Drama / Horror / Thriller / Krimi	Dino De Laurentiis Company
40	Broadchurch	2013	UK	Drama / Mystery / Thriller / Krimi	ITV
41	Wakfu	2011	Frankreich	Drama / Animation	Ankama Animations
42	Jane the Virgin	2015	USA	Komödie / Drama / Familie / Romantik	Poppy Productions
43	Person of Interest	2012	USA	Action / Drama / Mystery / Abenteuer / Thriller / Krimi	Bad Robot / Warner Bros.
44	Rectify	2013	USA	Drama / Krimi	Gran Via Productions
45	Falling Skies	2011	USA / Kanada	Action / Drama / Science Fiction / Fantasy / Abenteuer / Thriller	DreamWorks Television
46	Fullmetal Alchemist: Brotherhood	2010	Japan	Action / Drama / Fantasy / Animation / Mystery / Abenteuer	Square Enix Company



47	Mako - Einfach Meerjungfrau	2015	Australien	Komödie / Action / Drama / Science Fiction / Fantasy / Kids / Familie / Abenteuer	Jonathan M. Shiff Productions
48	Pablo Escobar	2012	Kolumbien	Drama / Krimi	Canokamedia
49	Luther	2010	UK	Action / Drama / Mystery / Abenteuer / Thriller / Krimi	BBC
50	Der Phantastische Paul: Und Los!	2016	Kanada	Animation	Bell Broadcast and New Media Fund
51	Mythbusters	2007	USA	Dokumentation	Discovery Channel
52	Fuller House	2016	USA	Komödie / Familie	Jeff Franklin Productions / Netflix
53	Ascension	2014	USA / Kanada	Drama / Science Fiction	Universal Cable Productions
54	Brooklyn Nine-Nine	2013	USA	Komödie / Action	3 Arts Entertainment
55	The Killing	2011	USA / Kanada	Action / Drama / Mystery / Abenteuer / Thriller / Krimi	Fox Television Studios / Netflix
56	Kill La Kill	2014	Japan	Komödie / Action / Fantasy / Animation / Abenteuer	Lucent Pictures Entertainment
57	Trailer Park Boys	2002	Kanada	Komödie	Showcase Television
58	Marco Polo	2014	USA	Action / Drama / Fantasy / Abenteuer / Thriller	Weinstein Company / Netflix
59	Skins	2013	UK	Komödie / Drama	Company Pictures
60	Unsere Mütter, unsere Väter	2013	Deutschland	Drama	teamWorx Produktion / ZDF
61	Top Gear	2002	UK	Dokumentation	BBC
62	Auschwitz: The Nazis and the 'Final Solution'	2005	UK	Dokumentation	BBC
63	Narcos	2015	USA	Action / Drama / Krimi	Gaumont International Television / Netflix

64	Shadowhunters	2016	USA	Action / Drama / Science Fiction / Fantasy / Abenteuer	Constantin Film
65	Flaked	2016	USA	Komödie / Drama	Electric Avenue Productions
66	The Ranch	2016	USA	Komödie	Ranch Hand Productions / Netflix
67	Dragons: Auf zu neuen Ufern	2015	USA	Komödie / Animation	DreamWorks / Netflix
68	Marseille	2016	Frankreich	Drama	Federation Entertainment
69	Residue	2015	UK	Action / Drama / Science Fiction / Fantasy / Mystery	LWH Entertainment
70	Fargo	2014	USA	Drama / Thriller / Krimi	MGM Television
71	Reign	2014	USA	Drama / Science Fiction / Fantasy	CBS Television Studios
72	London Spy	2015	UK	Drama	BBC America
73	Kong - König der Affen	2016	USA	Animation / Abenteuer / Familie / Fantasy	Netflix
74	Code 37	2009	Belgien	Drama / Krimi	Menuet Productions
75	Archer	2015	USA	Komödie / Action / Drama / Animation / Abenteuer / Krimi	Paramount Television
76	Blue Mountain State	2011	USA / Kanada	Komödie	Lionsgate Television
77	Mord mit Aussicht	2008	Deutschland	Komödie / Action / Abenteuer / Krimi	Pro GmbH / ARD
78	Transformers: Prime	2013	USA	Action / Animation / Kids / Abenteuer	Digitalscape Co. Ltd.
79	Rick and Morty	2013	USA	Komödie / Science Fiction / Fantasy / Animation / Abenteuer	Harmonius Claptrap
80	Deadwood	2003	USA	Western / Drama	CBS Paramount Network Television /

					HBO
81	The IT Crowd	2013	UK	Komödie / Drama	Channel 4
82	Prison Break	2008	USA	Action / Drama / Mystery / Abenteuer / Thriller / Krimi	20th Century Fox Television
83	The Vampire Diaries	2015	USA	Fantasy / Drama / Romantik	Warner Bros.
84	Der gestiefelte Kater	2015	USA	Komödie / Animation / Kids / Familie	DreamWorks Animation Television
85	How I Met Your Mother	2005	USA	Komödie	Fox
86	Last Exile	2003	Japan	Action / Science Fiction / Fantasy / Animation / Abenteuer	Victor Entertainment
87	Gossip Girl	2007	USA	Komödie / Drama / Romantik	CBS Paramount Network Television
88	Weeds - Kleine Deals unter Freunden	2005	USA	Komödie / Drama	Lionsgate Television
89	Die Musketiere	2015	UK	Drama	BBC America
90	Bloodline	2016	USA	Drama / Mystery / Thriller	Sony Pictures Television / Netflix
91	Dr. House	2004	USA	Komödie / Action / Drama / Mystery / Krimi	Shore Z Productions
92	Sense8	2015	USA	Drama / Science Fiction	Anarchos Productions / Netflix
93	Dexter	2006	USA	Action / Drama / Mystery / Abenteuer / Thriller / Krimi	Showtime Networks
94	Das Boot	1985	Deutschland / UK / Frankreich	Drama	Bavaria Film / BBC / ARD
95	Misfits	2013	UK	Komödie / Drama / Science Fiction / Fantasy / Mystery	Clerkenwell Films / BBC
96	Ben & Hollys kleines Königreich	2008	UK	Animation	Astley Baker Davis Ltd.

97	Sidonia no Kishi	2015	Japan	Action / Animation / Abenteuer / Romantik	Polygon Pictures
98	The Seven Deadly Sins	2015	Japan	Action / Science Fiction / Fantasy / Animation / Abenteuer	A-1 Pictures / Netflix
99	Fate/stay night	2015	Japan	Action / Science Fiction / Fantasy / Animation / Abenteuer	Fate Project
100	Pokémon: Indigo League	2000	Japan	Animation / Action / Abenteuer / Komödie / Drama / Familie	4 Kids Entertainment
<b>Netflix Originals (Eigen-, Koproduktionen)</b>					
1	A Very Murray Christmas				
2	A Jin				
3	Ali Wong: Baby Cobra				
4	Anjelah Johnson: Not Fancy				
5	Anthony Jeselink: Thoughts and Prayers				
6	Atelier				
7	Aziz Ansari Live				
8	Aziz Ansari: Buried Alive				
9	Beasts of No Nation				
10	Better Call Saul				
11	Between				
12	Bill Burr: I'm Sorry You Feel That Way				
13	Bloodline				
14	Bo Burnham: Make Happy				
15	BoJack Horseman				
16	Chef's Table				
17	Chelsea				
18	Chelsea Does...				
19	Chelsea Handler: Uganda be kidding me Live				
20	Chelsea Peretti: One of the Greats				
21	Chris D'Elia: Incurable				
22	Chris Tucker: LIVE				
23	Club de Cuervos				
24	Cooked				
25	Sword of Destiny				
26	Degrassi				

27	Demetri Martin Live
28	Der phantastische Paul: Und Los!
29	Derek
30	Die Spielzeugfabrik
31	Dragons: Auf zu neuen Ufern
32	E-Team
33	Ever After High
34	Fis for Family
35	Flaked
36	From Dusk till Dawn
37	Fuller House
38	Glitter Force
39	Grace and Frankie
40	H2O
41	Hannibal Buress: Comedy Camisado
42	Hemlock Grove
43	Hibana Spark
44	Hjordis
45	Hot Girls Wanted
46	House of Cards
47	I'm Brent Morin
48	Iliza Shlesinger: Freezing Hot
49	Jen Kirkman: I'm gonna die alone
50	Jim Jeffries: Bare
51	Jimmy Carr: Funny Business
52	John Mulaney: The Comeback Kid
53	Keith Richards: Under the Influence
54	Sidonia
55	Kong - König der Affen
56	Lady Dynamite
57	The Last Kingdom
58	Lego Bionicle: Das Abenteuer beginnt
59	Lego Friends: Freunde schaffen alles
60	London Spy
61	Lost & Found
62	Love
63	Making a Murder
64	Marco Polo
65	Marco Polo: One Hundred Eyes
66	Marseille
67	Marvel's Daredevil
68	Marvel's Jessica Jones
69	Master of None
70	Mike Epps: Don't Take It Personal
71	Mission Blue

72	Mitt
73	My Beautiful Broken Brain
74	My Own Man
75	Narcos
76	The Characters
77	Oonas und Babas Insel
78	Orange Is The New Black
79	Orphan Black
80	Patton Oswalt: Talking for Clapping
81	Pee-Wee's Big Holiday
82	Penny Dreadful
83	Pompidou
84	Popples
85	Print The Legend
86	Project MC²
87	Ralphie May: Unruly
88	Rebellion
89	Richie Rich
90	Rita
91	River
92	Russell Peters vs. The World
93	Russell Peters: Notorious
94	Scream
95	Sense8
96	Shadow Hunters - The Mortal Instruments
97	Special Correspondents
98	Swearnet Live
99	Team Foxcatcher
100	Teddy Show: Was Labersch Du...?!
101	Terrace House
102	The Battered Bastards of Baseball
103	The Do-Over
104	The Killing
105	The Other One
106	The Ranch
107	The Returned
108	The Ridiculous 6
109	The Seven Deadly Sins
110	The Short Game
111	Theo Von: No Offense
112	Tig
113	Tom Segura: Mostly Stories
114	Trailer Park Boys
115	Trailer Park Boys: Live at the Northpole
116	Trailer Park Boys: Live in f'kin' Dublin

117	Trailer Park Boys: Live in Austin
118	Umweg nach Hause
119	Kimmy Schmidt: Unbreakable
120	VeggieTales in the House
121	Virunga
122	Voltron
123	W/ Bob & David
124	Wet Hot American Summer: First Day of Camp
125	What happened, Miss Simone?
126	Winer on Fire: Ukraine's Fight for Freedom

Quellen:

<https://www.werstreamt.es/filme/anbieter-netflix> (Zugriff am 26.06.2016)

<https://www.netflix.com/browse> (Zugriff unter Kundenberechtigung am 26.06.2016)

[www.imdb.com](http://www.imdb.com) (Zugriff am 26.06.2016)

### Maxdome

Filme					
Nr.	Titel	Erscheinungs- jahr	Produktions- land	Genre	Produktions- studio
1	Seelen	2013	USA	Abenteuer / Romantik / Science Fiction	Chockstone Pictures
2	Monsieur Claude und seine Töchter	2014	Frankreich	Komödie / Romantik	Les films du 24
3	Gangster Squad	2013	USA	Drama / Action	Warner Bros.
4	Der Hypnotiseur	2012	Schweden	Krimi / Thriller	Filmpool Nord
5	Zombies: An Undead Road Movie	2013	USA	Horror / Romantik	Station 3
6	Iron Man 3	2013	USA	Action / Science Fiction	Marvel Studios / Paramount Pictures
7	Hotel Trans- sylvanien	2012	USA	Komödie / Zeichentrick	Columbia Pictures

8	Underground Hitman	2013	Kanada	Action	Donnelly Entertainment Group
9	Ziemlich Beste Freunde	2011	Frankreich	Komödie / Drama	Universum Film
10	Loving Ibiza - Die größte Party meines Lebens	2013	Niederlande	Komödie / Romantik	Farmhouse Film & TV
11	The Big Wedding	2013	USA	Komödie / Romantik / Familie	Millenium Films
12	12 Years A Slave	2013	USA	Drama	Tobis
13	Downing Street Down	2014	UK	Action / Thriller	Press On Features
14	Die etwas anderen Cops	2010	USA	Action / Komödie	Columbia Pictures
15	Magic Mike	2012	USA	Komödie	Iron Horse Entertainment
16	Beautiful Creatures	2013	USA	Fantasy / Romantik	Warner Bros.
17	Total Recall	2012	USA	Action / Science Fiction	Prime Focus
18	World War Z	2013	USA	Action / Horror	Paramount Pictures
19	Knock Out	2014	Kanada	Action / Abenteuer	AAP Entertainment Ltd.
20	Man In Black 3	2012	USA	Action / Komödie	Columbia Pictures
21	Jurassic Island	2014	UK	Abenteuer / Horror / Thriller	Hollywood Vision
22	Non-Stop	2014	USA	Action / Thriller	StudioCanal
23	Die Schlümpfe	2011	USA	Komödie / Familie / Zeichentrick	Columbia Pictures
24	Einfach zu haben	2011	USA	Komödie / Romantik	Screen Gems
25	Tödliche Versprechen	2007	Kanada	Thriller	BBC Films
26	Das hält kein Jahr	2013	UK	Romantik / Komödie	StudioCanal
27	Der Spongebob Schwammkopf Film	2004	USA	Komödie / Familie / Zeichentrick	Paramount Pictures
28	Looper	2012	USA	Thriller / Science Fiction	Endgame Entertainment
29	The Package	2012	USA / Kanada	Action	Motion Picture Corporation of America



30	Freunde mit gewissen Vorzügen	2011	USA	Komödie / Romantik	Screen Gems
31	Mr. & Mrs. Smith	2005	USA	Action / Komödie	Regency Enterprises
32	21 & over	2013	USA	Komödie	Relativity Media
33	Star Trek Into Darkness	2013	USA	Science Fiction / Action / Abenteuer	Paramount Pictures
34	Meine Erfundene Frau	2011	USA	Komödie / Romantik	Columbia Pictures
35	Memento	2000	USA	Thriller / Krimi	Newmarket Capital Group
36	Hangover Girls	2014	USA	Komödie	Blumhouse Productions
37	The Fighter	2010	USA	Drama	Closest to the Hole Productions
38	Boost: Ein todsicherer Plan	2015	USA	Action / Abenteuer / Thriller	GF Pictures
39	Young Ones	2014	USA	Abenteuer / Drama / Science Fiction	Subotica Entertainment
40	Demonic - Haus des Horrors	2014	USA	Horror / Thriller	Dimension Films
41	Freundschaft Plus	2011	USA	Komödie / Romantik	Paramount Pictures
42	Willkommen bei den Sch'tis	2009	Frankreich	Komödie / Romantik	Pathé Renn Productions
43	Liebe auf den ersten Schlag	2015	Frankreich	Komödie / Romantik / Drama	Nord-Ouest Productions
44	Old Boys - Alte Herren & krumme Dinger	2009	Dänemark / Schweden	Komödie / Drama	Film Väst
45	Transformers 3	2011	USA	Action / Science Fiction / Fantasy	Paramount Pictures
46	Feuchtgebiete	2013	Deutschland	Drama / Komödie / Erotik	ZDF
47	Kriegerin	2011	Deutschland	Drama	MAFILM Martens Film- und Fernsehproduktions GmbH / ZDF
48	Bibi & Tina - Der Film	2013	Deutschland	Kinder & Jugend	DCM Pictures Berlin / ZDF

49	Midnight in Paris	2011	USA	Komödie	Mediapro
50	Lone Survivor	2013	USA	Action / Drama	Film 44
51	Ab durch die Hecke	2006	USA	Komödie / Familie / Zeichentrick	DreamWorks Animation
52	Wildes Verlangen	2013	USA	Drama / Erotik	Last Night Productions
53	Die Maus - Wir halten zusammen!	1997	Deutschland	Familie / Zeichentrick / Kinder & Jugend	ARD
54	The Bling Ring	2013	USA	Drama / Komödie	American Zoetrope
55	Peter Pan	2003	Australien / USA / UK	Familie / Fantasy	Universal / Columbia
56	Breaking Dawn - Bis zum Ende der Nacht, Teil 2	2012	USA	Romantik / Fantasy	Summit Entertainment
57	Der Diktator	2012	USA	Komödie	Paramount Pictures
58	Der Glaube unserer Väter	2015	USA	Drama	Best Entertainment
59	Spirit - Der wilde Mustang	2001	USA	Zeichentrick / Abenteuer / Kinder & Jugend	DreamWorks Animation
60	Winter's Bone	2010	USA	Drama / Thriller	Anonymous Content
61	27 Dresses	2008	USA	Komödie / Romantik	Fox
62	Morning Star - Knight of the Witch	2014	Italien	Abenteuer / Fantasy	Event Film Distribution
63	Star Trek	2009	USA / Deutschland	Science Fiction / Action	Paramount Pictures
64	Mission Impossible: Phantom Protokoll	2011	USA	Action / Abenteuer / Thriller	Paramount Pictures
65	Die fabelhafte Welt der Amélie	2001	Frankreich	Romantik / Komödie / Drama	Universal
66	Das Schwergewicht	2012	USA	Komödie	Columbia Pictures
67	Gambit - Der Masterplan	2013	USA	Krimi / Komödie	Crime Scene Pictures
68	Verlobung mit Hindernissen	2013	USA	Komödie / Romantik	Principle Entertainment
69	Verblendung	2011	USA	Thriller / Krimi	Columbia Pictures

70	No Country For Old Men	2007	USA	Thriller	Paramount Pictures
71	Betty Anne Waters	2010	USA	Drama / Thriller	Omega Entertainment
72	Das Leuchten der Stille	2010	USA	Drama / Romantik	Screen Gems
73	Sherlock Holmes	2010	USA / Deutschland	Action / Krimi / Komödie	Warner Bros.
74	Anna - Der Film	1988	Deutschland	Familie / Romantik	Universal
75	Atemlos - Gefährliche Wahrheit	2011	USA	Action / Thriller	Lionsgate
76	Die Vampir- schwwestern	2012	Deutschland	Fantasy / Komödie / Kinder & Jugend	Deutsche Columbia Pictures Film Produktion
77	Journey of Love	2012	USA	Drama / Komödie	FilmDistrict
78	Cinderella Love Story	2008	USA / Kanada	Komödie / Romantik	Lifetime Productions
79	Wolkig mit Aussicht auf Fleischbäll- chen	2010	USA	Komödie / Familie / Zeichentrick	Sony Pictures
80	Transformers 2 - Die Rache	2009	USA	Action / Science Fiction	Paramount Pictures
81	Der große Crash	2010	USA	Drama / Thriller	Before The Door Pictures
82	Blood Creek	2009	USA	Thriller / Horror	Gold Circle Films
83	Das Grüffelokind	2011	Deutschland	Kinder & Jugend / Zeichentrick / Komödie	Magic Light Pictures
84	Mittens ins Herz - Ein Song für dich	2006	USA	Romantik / Komödie	Castle Rock Entertainment
85	Wer ist Hanna?	2010	Deutschland	Action / Thriller	Focus Features
86	Our Idiot Brother	2011	USA	Drama / Komödie	Weinstein Company
87	Grave Encounters 2	2012	USA / Kanada	Horror / Thriller	Death Awaits Cinema
88	Ein MordsTeam	2012	Frankreich	Action / Krimi / Komödie	Mandarin Films
89	Die Tribute von Panem - Catching Fire	2013	USA	Action / Abenteuer / Science Fiction	Lionsgate
90	Django Unchained	2012	USA	Action / Drama / Western	Weinstein Company / Columbia Pictures

91	Into The Wild	2007	USA	Drama / Abenteuer	Paramount Vantage
92	Die Geheimnisse der Spiderwicks	2008	USA	Familie / Fantasy	Paramount Pictures
93	Breaking Dawn - Bis zum Ende der Nacht, Teil 1	2011	USA	Fantasy / Romantik	Summit Entertainment
94	Intimacy	2001	Frankreich / UK / Deutschland / Spanien	Erotik / Drama	StudioCanal
95	Aviator	2004	USA	Romantik / Drama	Forward Pass
96	Kampf der Titanen	2010	USA	Action / Abenteuer / Fantasy	Warner Bros.
97	Verlobung auf Umwegen	2009	USA / Irland	Romantik / Komödie	Universal Pictures
98	Paranormal Movie	2013	USA	Komödie / Horror / Thriller	Automatik Entertainment
99	Die Wilden Kerle 4	2007	Deutschland	Familie / Kinder & Jugend	Buena Vista International
100	Iron Sky	2012	Australien / Deutschland / Finnland	Komödie / Science Fiction	Blind Spot Pictures Oy

### Serien

Nr.	Titel	Erscheinungs-jahr	Produktions-land	Genre	Produktions-studio
1	The Royals	2015	USA	Drama	Lionsgate Television
2	Jane The Virgin	2014	USA	Drama / Comedy	Poppy Productions
3	Devious Maids	2013	USA	Drama / Comedy	ABC Studios
4	Black Sails	2014	USA	Action / Abenteuer	Film Afrika Worldwide
5	Mistresses	2013	USA	Drama / Thriller	ABC Studios
6	Code Black	2015	USA	Drama / Arztserie	CBS
7	The 100	2014	USA	Science Fiction / Drama	Warner Bros.
8	The Big Bang Theory	2008	USA	Comedy	Warner Bros.
9	Sleepy Hollow	2015	USA	Drama	20th Century Fox
10	NCIS: Los Angeles	2015	USA	Action	CBS
11	2 Broke Girls	2011	USA	Comedy	Warner Bros.
12	Scorpion	2015	USA	Action / Drama	K/O Paper Products

13	The Messengers	2015	USA	Science Fiction	Warner Bros.
14	Prison Break	2005	USA	Action / Drama	Fox
15	Elementary	2015	USA	Krimi / Drama	CBS
16	Baby Daddy	2012	USA	Comedy / Drama	ABC Family
17	Fresh Off The Boat	2015	USA	Comedy	20th Century Fox
18	The Good Wife	2009	USA	Krimi / Drama	CBS Studios International
19	Blue Bloods	2012	USA	Krimi	CBS
20	Two and a Half Men	2011	USA	Comedy	Warner Bros.
21	The Mentalist	2008	USA	Krimi / Drama	Warner Bros.
22	The Fosters	2013	USA	Drama	ABC Family
23	The Division - Into Chaos	2016	Deutschland	Dokumentation	Ubisoft Entertainment
24	The Neighbors	2012	USA	Science Fiction / Comedy	ABC Studios
25	New Girl	2011	USA	Comedy	Fox
26	Meine wilden Töchter	2002	USA	Comedy	ABC Studios
27	The Walking Dead	2010	USA	Drama / Horror	AMC
28	Chosen	2013	USA	Drama / Action	Dissident Pictures
29	How I Met Your Mother	2005	USA	Comedy	Fox
30	Private Practice	2007	USA	Arztserie / Drama / Comedy	ABC Studios
31	Criminal Minds	2005	USA	Krimi / Drama	ABC Studios
32	Navy CIS	2011	USA	Krimi / Action	CBS
33	Drop Dead Diva	2009	USA	Drama / Comedy	Sony Pictures Television
34	The Vampire Diaries	2009	USA	Drama / Horror	Warner Bros.
35	Twisted	2013	USA	Drama / Thriller	ABC Family
36	Zeo das Zebra	2011	Frankreich	Zeichentrick	WVG Medien GmbH
37	Geschichten aus Mullewapp	2011	Deutschland	Zeichentrick	MotionWorks
38	Hannibal	2013	USA	Drama / Krimi	AXN: Original X Production
39	Prime Suspect	2011	USA	Krimi	Universal Media Studios
40	The Adventures of Super Mario 3 Bros.	1990	USA	Zeichentrick	Shout Factory
41	Die Nanny	1993	USA	Comedy	Sony

42	Helix	2013	USA	Drama / Science Fiction	Muse Entertainment Enterprises
43	Zoey 101	2005	USA	Comedy / Drama	Nickelodeon Studios
44	Saving Hope	2012	USA / Kanada	Arztserie	Entertainment One
45	Crossing Lines	2013	USA / Frankreich / Deutschland / Belgien	Krimi / Action	Tandem Communicati- ons
46	Bones	2010	USA	Drama / Krimi	20th Century Fox
47	Top Gear	2015	UK	Dokumentation	BBC
48	Spartacus	2010	USA	Action	Starz Media
49	Atlantis	2013	UK	Fantasy	BBC
50	Der letzte Bulle	2010	Deutschland	Krimi	ITV Studios Germany / Sat.1
51	Secret Diary of a Call Girl	2007	UK	Comedy / Drama	ITV Productions
52	Nicht nachmachen!	2013	Deutschland	Dokumentation	ZDF enterprises
53	Klondike	2014	USA	Drama	Entertainment One
54	Profiling Paris	2009	Frankreich / Finnland / Deutschland	Krimi / Thriller	Beaubourg Audiovisuel
55	Primeval	2007	UK	Fantasy / Science Fiction	ITV Productions
56	Grey's Anatomy	2015	USA	Arztserie / Drama	Touchstone Television
57	Lenas Ranch	2012	Frankreich / Deutschland	Zeichentrick	ARD
58	Weeds	2005	USA	Drama / Comedy	Lionsgate Television
59	Lassie	2015	Frankreich / Indien / Deutschland	Zeichentrick	ZDF
60	Make It Or Break It	2009	USA	Drama	ABC Family
61	Die Tudors	2007	USA / Kanada / Irland	Drama	Showtime Network
62	Primeval - New World	2012	Kanada	Fantasy	Omnifilm Entertainment
63	Bitten	2014	Kanada / USA	Horror	Entertainment One
64	Nordlicht - Mörder ohne Reue	2011	Dänemark / Deutschland	Krimi / Drama	Miso Film / ZDF
65	Remedy	2014	Kanada	Arztserie / Drama	Indian Grove Productions

66	Heiter bis tödlich - Alles Klara	2012	Deutschland	Krimi / Komödie	MDR
67	Nashville	2012	USA	Drama	Lionsgate Television / ABC Studios
68	Sensitive Skin	2013	Kanada	Comedy	Rhombus Media
69	Burn Notice	2008	USA	Action / Drama / Comedy	Fox Television Studios
70	Die Kelten	2016	Deutschland	Dokumentation	ZDF enterprises
71	Nymphs	2013	Finnland	Drama	Fisher King Production
72	Cedar Cove	2013	USA	Drama / Comedy	Unity Pictures Group
73	Camelot	2011	Irland / USA / UK / Kanada	Drama / Fantasy	Starz Entertainment
74	The Cop - Crime Scene Paris	2013	Frankreich	Krimi / Action	Atlantique Productions
75	Masters of Horror	2005	USA / Japan	Horror / Thriller	IDT Entertainment
76	Mad Men	2007	USA	Drama	Lionsgate Television / AMC
77	Das Boot	1985	Deutschland / UK / Frankreich	Drama	Bavaria Film / BBC / ARD
78	Torchwood	2006	UK / Kanada	Action / Drama / Science Fiction / Thriller	BBC
79	Es kommt noch dicker	2012	Deutschland	Comedy	Epo-Film Produktionsgesellschaft / Sat.1
80	Josephine Klick - Allein unter Cops	2013	Deutschland	Krimi	UFA Fiction / Sat.1
81	Soul Eater	2008	Japan	Zeichentrick	Media Factory
82	Spy	2011	UK	Action / Krimi	Hat Trick Productions
83	Dates	2013	UK	Drama / Comedy	Channel 4 Television
84	Danni Lowinski	2010	Deutschland	Drama / Comedy	Phoenix Film / Sat.1
85	Mila	2015	Deutschland	Comedy	UFA Serial Drama / Sat.1
86	GSG 9	2008	Deutschland	Krimi	Medienfonds GFP / Sat.1
87	Im Todestrakt	2011	Österreich / USA	Dokumentation	ZDF enterprises

88	Die Brücke - Transit in den Tod	2011	Schweden / Dänemark / Deutschland	Krimi	Filmlance International AB / ZDF
89	Masters of Sex	2013	USA	Drama	Sony Pictures Television
90	Cracked	2012	Kanada	Krimi	White Wine Pictures
91	Captain Tsubasa	1983	Japan	Zeichentrick	Toei Doga
92	Ripper Street	2012	UK	Krimi / Drama	BBC
93	Heiter bis tödlich - Akte Ex	2012	Deutschland	Krimi / Komödie	MDR
94	D.Gray-man	2004	Japan	Zeichentrick	TV Tokyo
95	Tief im Regenwald	2010	Deutschland	Dokumentation	ZDF enterprises
96	Auf Herz und Nieren	2012	Deutschland	Arztserie / Drama	Sony / Sat.1
97	Verbrechen	2013	Deutschland	Krimi / Drama	MOOVIE / ZDF
98	Raum- patrouille Orion	1966	Deutschland	Action / Science Fiction	NDR
99	Falling Skies	2012	USA / Kanada	Science Fiction / Action	DreamWorks Television
100	The Honourable Woman	2014	Drama / Thriller	Drama / Thriller	BBC

## Quellen:

<https://www.maxdome.de/spielfilm> (Zugriff am 23.06.2016)

<https://www.maxdome.de/serie> (Zugriff am 23.06.2016)

[www.imdb.com](http://www.imdb.com) (Zugriff am 23.06.2016)



**Watchever**

Filme					
Nr.	Titel	Erscheinungs- jahr	Produktions- land	Genre	Produktions- studio
1	Ralph reichts	2012	USA	Animation / Abenteuer / Komödie / Familie / Science Fiction	Walt Disney Animation Studios
2	Terminator	1984	UK / USA	Action / Science Fiction	Pacific Western
3	Futureworld - Das Land von übermorgen	1976	USA	Science Fiction / Thriller	American International Pictures
4	Guess Who	2005	USA	Komödie / Ro- mantik	Columbia Pictures
5	Krieg der Welten 3	2005	USA	Science Fiction	Asylum
6	Tropic Thunder	2008	USA / UK / Deutschland	Komödie	DreamWorks
7	Goal! - Lebe deinen Traum	2005	USA / UK	Drama / Romantik / Sport	Touchstone Pictures
8	Revolver	2005	Frankreich / UK	Action / Krimi / Drama / Mystery / Thriller	EuropaCorp
9	Sheba Baby	1975	USA	Action / Krimi / Drama / Thriller	American International Pictures
10	Bee Season	2005	USA / Deutschland	Drama / Familie	Fox Searchlight Pictures
11	Babel	2006	Frankreich / USA / Mexiko	Drama / Thriller	Paramount Pictures
12	Das Böse unter der Sonne	1982	UK	Drama / Mystery / Thriller / Krimi	EMI Films
13	Starbuck	2011	Kanada	Komödie / Drama / Familie	Caramel Film
14	Chicago Poker	1974	USA	Action / Drama / Abenteuer / Thriller / Krimi	American International Pictures
15	Hammer	1972	USA	Komödie / Action / Drama	Essaness Pictures
16	Cherry 2000	1987	USA	Komödie / Action / Science Fiction / Abenteuer	Orion Pictures
17	The Girl Next Door	2004	USA	Komödie / Romantik	Regency Enterprises

18	Big Mama's House 2	2006	USA	Komödie / Action / Thriller / Krimi	20th Century Fox
19	München	2005	Frankreich / Kanada / USA	Action / Drama / Abenteuer / Thriller / Krimi	DreamWorks
20	Mann unter Feuer	2004	USA / UK	Action / Drama / Abenteuer / Thriller / Krimi	Fox 2000 Pictures
21	Ziemlich beste Freunde	2011	Frankreich	Komödie / Drama	Canal+
22	Guru - Bhagwan, His Secretary & His Bodyguard	2010	Schweiz	Dokumentation	Das Kollektiv für audiovisuelle Werke
23	Dumbo	1941	USA	Komödie / Drama / Musik / Animation / Familie	Walt Disney Productions
24	Belle & Sebastian	2013	Frankreich	Action / Drama / Kids / Familie / Abenteuer	Radar Films
25	Spiel mir das Lied vom Tod	1968	Italien / USA / Spanien / Mexiko	Action / Western / Drama / Abenteuer / Thriller / Krimi	Paramount Pictures
26	Barbershop 2: Back in Business	2004	USA	Komödie	MGM
27	Catch Me If You Can	2002	USA / Kanada	Komödie / Drama / Thriller / Krimi	DreamWorks
28	Side Effects - Tödliche Ne- benwirkungen	2013	USA	Komödie / Drama / Thriller / Krimi	Endgame Entertainment
29	Stalker	1979	Sowjetunion	Drama / Science Fiction / Fantasy / Thriller	Kinostudiya Mosfilm
30	40 qm Deutschland	1986	Deutschland	Drama	Studio Hamburg
31	Haunted - Haus der Geister	1995	UK / USA	Science Fiction / Fantasy / Horror / Mystery	October Films
32	Star Trek X: Nemesis	2002	USA	Action / Science Fiction / Fantasy / Abenteuer / Thriller	Paramount Pictures

33	Star Trek	2009	USA / Deutschland	Action / Drama / Science Fiction / Fantasy / Abenteuer	Paramount Pictures
34	Class	1983	USA	Komödie / Drama / Romantik	Orion Pictures
35	Gehetzt	1936	USA	Drama / Thriller / Krimi / Romantik	Walter Wanger Productions
36	Das Evangelium nach Matthäus	1964	Italien / Frankreich	Drama	Arco Film
37	Sascha Gammel - Hetz mich nicht!	2010	Deutschland	Comedy-Show	Comedy Corner
38	Kurt Krömer - Kröm De La Kröm - Live	2011	Deutschland	Comedy-Show	Comedy Corner
39	Die üblichen Verdächtigen	1995	USA / Deutschland	Drama / Mystery / Thriller / Krimi	PolyGram Filmed Entertainment
40	Die Wüste lebt	1953	USA	Dokumentation	Walt Disney Productions
41	Gilda	1946	USA	Drama / Thriller / Krimi / Romantik	Columbia Pictures
42	Twinfruit - Die Dose muss menschlich werden	2015	Deutschland	Dokumentation	ZDF
43	Stargate	1994	Frankreich / USA	Action / Science Fiction / Fantasy / Abenteuer	Canal+
44	Alphabet - Angst oder Liebe	2013	Deutschland / Österreich	Dokumentation	Home Run Pictures
45	Minority Report	2002	USA	Action / Drama / Science Fiction / Fantasy / Mystery / Abenteuer / Thriller	20th Century Fox
46	Mr. Präsident Junior	1996	USA	Komödie / Familie	Walt Disney Pictures
47	Austerlitz - Glanz einer Kaiserkrone	1960	Frankreich / Italien / Jugoslawien / Lichtenstein	Drama	Compagnie Internationale de Productions Cinématogra- phiques

48	Stolz und Vorurteil	2005	Frankreich / UK / USA	Drama / Romantik	Universal / StudioCanal
49	Michael Mosley: Leben mit Parasiten	2014	UK	Dokumentation	BBC
50	Ein Mann sieht rot	1974	USA	Action / Drama / Abenteuer / Thriller / Krimi	Paramount Pictures
51	Rashomon - Das Lustwäldchen	1950	Japan	Drama / Mystery / Thriller / Krimi	Daiei Motion Picture
52	Der talentierte Mr. Ripley	1999	USA	Drama / Abenteuer / Thriller / Krimi	Paramount Pictures
53	Die Verdammten	1969	Italien / Deutschland	Drama	Ital-Noleggio Cinematografico / Eichberg Film
54	Der Pate	1972	USA	Action / Drama / Thriller / Krimi	Paramount Pictures
55	Star Trek: Treffen der Generationen	1994	USA	Action / Science Fiction / Fantasy / Abenteuer / Thriller	Paramount Pictures
56	Die Nordsee - Unser Meer	2013	Deutschland	Dokumentation	NDR Naturfilm / Studio Hamburg
57	Verdacht	1941	USA	Drama / Horror / Mystery / Thriller / Krimi	RKO Radio Pictures
58	John Carpenter's Vampires	2002	USA	Action / Horror / Thriller	Screen Gems
59	Die Unglaublichen	2004	USA	Komödie / Action / Animation / Kids / Familie / Abenteuer	Walt Disney Pictures / Pixar
60	The White Diamond	2004	Deutschland / Japan / UK	Dokumentation	Marco Polo Film / NDR Naturfilm
61	Christian Schiester - Sich die Welt erlaufen	2010	Deutschland	Dokumentation	Red Bull Media House
62	Louis Theroux - Eine Stadt im Drogenrausch	2009	UK	Dokumentation	BBC
63	Kurt Krömer - Na Du Alte Kackbratze	2008	Deutschland	Comedy-Show	Comedy Corner
64	Drüber, drunter und drauf	1976	USA	Komödie	-

65	Der Marathon-Mann	1976	USA	Thriller / Krimi	Paramount Pictures
66	Dr. Seltsam	1964	USA / UK	Komödie / Drama	Columbia Pictures
67	Das Mädchen und der Kommissar	1971	Frankreich / Italien	Drama / Thriller / Krimi	Fida Cinematografica
68	Björk - The Inner Or Deep Part Of An Animal Or Plant Structure	2012	Brasilien / Island / UK / USA	Dokumentation	Universal
69	Diese Zwei sind nicht zu fassen	1986	USA	Komödie / Action / Abenteuer / Thriller / Krimi	MGM
70	Der Pate 2	1974	USA	Action / Drama / Thriller / Krimi	Paramount Pictures
71	Der Pate 3	1990	USA	Action / Drama / Thriller / Krimi	Paramount Pictures
72	Rosemaries Baby	1968	USA	Drama / Horror / Mystery / Thriller	William Castle Productions
73	Star Trek: Der Film	1979	USA	Action / Science Fiction / Fantasy / Mystery / Abenteuer	Paramount Pictures
74	Star Trek 4: Zurück in die Gegenwart	1986	USA	Komödie / Action / Science Fiction / Fantasy / Abenteuer / Thriller	Paramount Pictures
75	Scream 3	2000	USA	Horror / Mystery / Thriller	Dimension Films
76	Bill & Teds verrückte Reise durch die Zeit	1989	USA	Komödie / Science Fiction / Fantasy / Familie / Abenteuer	De Laurentiis Entertainment Group
77	Django Unchained	2012	USA	Action	Weinstein Company / Columbia Pictures
78	Moonrise Kingdom	2012	USA	Komödie / Drama / Abenteuer / Romantik	Indian Paintbrush
79	Die Außenseiter-bande	1964	Frankreich	Komödie / Drama / Thriller / Krimi	Columbia Pictures

80	I Killed My Mother	2009	Kanada	Drama	Mifilifilms
81	Wild Things	1998	USA	Action / Drama / Horror / Mystery / Abenteuer / Thriller / Krimi / Romantik	Mandalay Entertainment
82	Prisoners	2013	USA	Action / Drama / Horror / Abenteuer / Thriller / Krimi	TMG
83	Scream 3	2000	USA	Horror / Mystery / Thriller	Dimension Films
84	Die Stunde des Wolfs	1968	Schweden	Drama / Horror / Thriller	Svenks Filmindustri
85	Das Fest	1998	Dänemark / Schweden	Komödie / Drama	Nimbus Film Productions
86	Airsoft	2014	Deutschland	Dokumentation	Spiegel TV / RTL
87	Doctor Who: Earth Conquest	2014	UK	Dokumentation	BBC
88	Bewegliche Ziele	1968	USA	Thriller / Krimi	Saticoy Productions
89	Der Leopard	1963	Italien / Frankreich	Drama / Romantik	Titanus
90	Hugo, das Dschungeltier	1993	Dänemark	Animation / Familie	A. Film
91	Der kleine Soldat	1963	Frankreich	Drama	Société Nouvelle de Cinématographie
92	My Bloody Valentine	2009	USA	Horror / Mystery / Thriller / Krimi	Lionsgate
93	Tödliche Träume	1989	USA	Action / Abenteuer / Thriller / Krimi	Knockout
94	Die Liebe der Charlotte Gray	2001	UK / Australien / Deutschland	Drama / Thriller / Romantik	Ecosse Films
95	El Dorado	1966	USA	Action / Western / Abenteuer / Thriller / Krimi	Paramount Pictures
96	Hostel	2005	USA / Deutschland / Tschechien / Slowakei / Island	Horror / Thriller	International Production Company
97	Hass	1995	Frankreich	Drama / Thriller / Krimi	Canal+

98	Mighty Ducks 3 - Jetzt mischen sie die Highschool auf	1996	USA	Komödie / Action / Drama / Familie / Sport	Walt Disney Pictures
99	Unknown Identity	2011	UK / Deutschland / Frankreich / USA	Action / Drama / Mystery / Abenteuer / Thriller / Krimi	Dark Castele Entertainment
100	Das süße Leben	1960	Italien / Frankreich	Komödie / Drama	Riama Film

## Serien

Nr.	Titel	Erscheinungs- jahr	Produktions- land	Genre	Produktions- studio
1	The Returned	2012	Frankreich	Drama / Fantasy / Mystery / Thriller	Canal+
2	Extras	2005	UK / USA	Komödie	BBC / HBO
3	PAW Patrol	2013	USA	Animation / Kids / Familie	Nickelodeon Productions
4	Wayward Pines	2015	USA	Drama / Scien- ce Fiction / Fantasy / Mys- tery / Aben- teuer / Thriller	Blinding Edge Pictures
5	Doctor Who	2015	UK / Kanada	Action / Drama / Science Fiction / Fantasy / Familie / Abenteuer	BBC / CBC
6	Mistresses (US)	2013	USA / UK	Komödie / Drama / Mystery / Thriller / Krimi	ABC Studios
7	Peaky Blinders	2013	UK	Drama / Krimi	BBC
8	Mistresses	2013	UK	Komödie / Drama / Mystery / Thriller / Krimi / Romantik	BBC America
9	Real Humans - Echte Menschen	2015	Schweden	Drama / Science Fiction / Fantasy / Mystery	Sveriges Television
10	Hell on Wheels	2011	Kanada / UK	Action / Western / Drama / Abenteuer	Entertainment One Television

11	Mad Men	2007	USA	Komödie / Drama / Romantik	Lionsgate Television / AMC
12	Life Below Zero	2013	USA	Dokumentation	BBC Worldwide Productions
13	Dead Set	2008	UK	Komödie / Drama / Science Fiction / Fantasy / Horror	Zeppotron
14	Trotro	2004	Frankreich	Animation / Kids	Storimages
15	Inspector Banks	2010	UK	Action / Drama / Mystery / Abenteuer / Thriller / Krimi	ITV
16	Avatar - Der Herr der Elemente	2005	USA	Komödie / Action / Science Fiction / Fantasy / Animation / Kids / Abenteuer	Nickelodeon Animation Studios
17	The Walking Dead	2011	USA	Action / Drama / Horror / Abenteuer / Thriller / Krimi	AMC
18	Deichbullen	2015	Deutschland	Komödie / Thriller / Krimi	Kabuja Filmproduktion
19	Psycho-pass	2012	Japan	Action / Science Fiction / Fantasy / Animation / Abenteuer / Thriller / Krimi	Fuji Television Network
20	The Untold History of the United States	2012	USA	Dokumentation	Showtime
21	Krupp - Eine deutsche Familie	2009	Deutschland	Drama	MOOVIE GmbH
22	Dino Dan	2007	Kanada	Kids	Sinking Ship Entertainment
23	Ripper Street	2012	UK / Irland	Drama / Horror / Mystery / Thriller / Krimi	BBC
24	Die Legende von Korra	2012	USA	Komödie / Action / Drama / Fantasy / Animation / Kids / Familie / Abenteuer	Nickelodeon Animation Studios



25	Black Butler	2008	Japan	Komödie / Science Fiction / Fantasy / Animation / Mystery	A-1 Pictures
26	A Kind of Magic - Eine magische Familie	2007	Frankreich	Komödie / Science Fiction / Fantasy / Animation / Kids	Disney Television Animation
27	Sebastian Bergmann - Spuren des Todes	2010	Schweden	Drama / Thriller / Krimi	ZDF enterprises
28	Private Prac- tice	2007	USA	Komödie / Drama / Romantik	ABC Studios
29	Sindbad	2012	UK	Action / Drama / Science Fiction / Fantasy / Animation / Kids / Abenteuer	Impossible Pictures
30	Death in Paradise	2011	UK / Frankreich	Komödie / Action / Drama / Mystery / Abenteuer / Thriller / Krimi	Red Planet Pictures
31	Utopia	2013	USA	Reality-Show	-
32	Star Wars: The Clone Wars	2008	USA	Action / Science Fiction / Fantasy / Animation / Kids / Abenteuer	Lucasfilm Animation
33	Die Brücke - Transit in den Tod	2011	Schweden / Dänemark / Deutschland	Krimi	Filmlance International AB / ZDF
34	Erste Konzepte	2014	-	Kids	Baby TV
35	Deadly 60	2009	UK	Dokumentation	Super M Productions
36	Musik & Kunst	2014	-	Kids	Baby TV
37	Mord in Fjäll- backa	2005	Schweden	Drama / Thriller / Krimi	Sveriges Television
38	Poppy Cat	2011	UK	Animation / Kids	Coolabi Productions
39	Super Senses: The Secret Power of Animals	2014	UK	Dokumentation	BBC
40	Voix de Garage	2014	Frankreich	Dokumentation	Carrement à l'Ouest

41	Kaichou wa Maid-sama!	2010	Japan	Komödie / Animation / Romantik	Geneon Universal Entertainment
42	Low Life	2005	USA	Drama	More Sauce Productions
43	Les Berges	2014	Kanada	Drama	Koma Films
44	Black Lagoon	2006	Japan	Komödie / Action / Animation / Mystery / Abenteuer	Geneon Entertainment
45	Sonic Underground	2014	Frankreich / USA	Dokumentation	Sega of America
46	Der Krieg	2010	Frankreich	Dokumentation	Établissement de Communication et de Production Audiovisuelle de la Défense
47	Life on Mars (UK)	2006	UK	Drama / Science Fiction / Fantasy / Thriller / Krimi	BBC
48	Surf Chronicles	2010	Österreich	Dokumentation	Red Bull Media House
49	Inside Polizei	2014	Deutschland	Dokumentation	RTL
50	Game Quest	2012	USA	Dokumentation	Red Bull Media House
51	Climbing Chronicles	2011	Österreich	Dokumentation	Red Bull Media House
52	Mountainbike Chronicles	2011	Österreich	Dokumentation	Red Bull Media House
53	On the Loose	2010	Österreich	Dokumentation	Red Bull Media House
54	Oggy und die Kakerlaken	2012	Frankreich / Kanada	Komödie / Animation / Kids	Cartoon Network Studios
55	Pixars komplette Kurzfilm-Kollektion	2007	USA	Animation	Pixar Animation Studios
56	Sesamstraße Classics	1976	USA	Komödie / Animation / Kids	Children's Television Workshop
57	FMB World Tour 2011 - Red Bull District Ride	2011	Österreich	Dokumentation	Red Bull Media House
58	Waiting in the Summer	2012	Japan	Komödie / Drama / Science Fiction / Fantasy / Animation / Romantik	Geneon Universal Entertainment

59	Aufbau von Freundschaften	2014	-	Kids	Baby TV
60	Kill Em All	2013	USA	Thriller / Krimi	Jesse Pringle Productions
61	Haphead	2014	Kanada	Science Fiction / Fantasy	Postopian Pictures
62	Bullit - The Documentary	2013	USA / Österreich	Dokumentation	Red Bull Media House
63	Max & Billy's Drill Machine Girl	2013	Niederlande	Action / Horror / Abenteuer	NewBeTV
64	Die große Käfer-Band	2014	-	Kids	Baby TV
65	Tulli	2014	-	Kids	Baby TV
66	Verflixte Züge	2014	-	Kids	Baby TV
67	Vorstellungskraft & Kreativität	2014	-	Kids	Baby TV
68	Herr Schnecke	2014	-	Kids	Baby TV
69	Q Pootle 5	2013	UK	Action / Science Fiction / Fantasy / Animation / Kids / Abenteuer	Snapper Productions
70	Charlie & die Zahlen	2014	-	Kids	Baby TV
71	La Chienne	2013	Frankreich	Horror	FondsTV5
72	Lab Rats	2011	USA	Komödie / Science Fiction / Fantasy	It's a Laugh Productions
73	Divine	2011	Kanada	Science Fiction / Fantasy / Horror	Maple Blood Productions
74	Red Bull Alpenbrevet	2012	Österreich	Dokumentation	Red Bull Media House
75	Louie	2005	-	Animation	-
76	Supah Ninjas	2011	USA	Action / Kids / Abenteuer	Varsity Pictures
77	FIM Ice Racing World Championships	2011	Österreich	Dokumentation	Red Bull Media House
78	Doctor Who - The Doctors Revisited	2013	USA	Dokumentation	BBC
79	Ritter Rost	2012	Deutschland	Animation / Kids / Familie	ZDF
80	Human Planet	2011	UK	Dokumentation	BBC
81	Angry Birds Toons	2013	Finnland	Komödie / Animation / Familie	Atomic Cartoons / Sony Pictures Television

82	Happily Divorced	2011	USA	Komödie	Uh-Oh Productions
83	Blackadder	1983	UK / Australien	Komödie	BBC Worldwide
84	The Game	2014	UK	Drama / Thriller / Krimi	BBC Drama Productions
85	Summ, summ, super! - Die großen Abenteuer der Familie Biene	2012	UK	Animation / Kids	DQ Entertainment
86	Willi Wiberg	2012	Norwegen / Schweden / Dänemark / Deutschland	Animation / Kids	A. Film
87	Wolf Hall	2015	UK	Action / Drama / Abenteuer	BBC
88	A Young Doctor's Notebook	2012	UK	Komödie / Drama	Big Talk Productions
89	Simsala Grimm	1999	Deutschland	Fantasy / Animation / Familie	Greenlight Media AG / NDR
90	Magic Roundabout	2007	UK	Animation / Kids	Silver Fox Films
91	Mein Name ist Fleming. Ian Fleming	2013	UK	Drama	BBC America
92	SamSam	2007	-	Komödie / Animation	-
93	Clan	2012	Belgien	Komödie / Drama	Caviar Films
94	Silent Witness	1996	UK	Drama / Mystery / Thriller / Krimi	BBC
95	Titanic	2012	Kanada / USA	Drama	Crescent Entertainment
96	Young Badlands	2014	Kanada	Drama	Camp 905 Productions
97	Peppa Wutz	2003	UK	Animation / Kids	Entertainment One
98	Torchwood	2006	UK / Kanada	Action / Drama / Science Fiction / Fantasy / Mystery / Abenteuer	BBC / CBC
99	Go, Diego, Go!	2005	USA	Animation / Kids	Nickelodeon Studios
100	Dino-Zug	2009	USA / UK	Animation / Kids / Familie	Sparky Animation Studio

## Quellen:

<https://www.werstreamt.es/filme/anbieter-watchever/option-flatrate/>  
(Zugriff am 24.06.2016)

[www.watchever.de/durchsuchen](http://www.watchever.de/durchsuchen) (Zugriff am 24.06.2016)

[www.imdb.com](http://www.imdb.com) (Zugriff am 24.06.2016)

[www.themoviedb.org](http://www.themoviedb.org) (Zugriff am 24.06.2016)

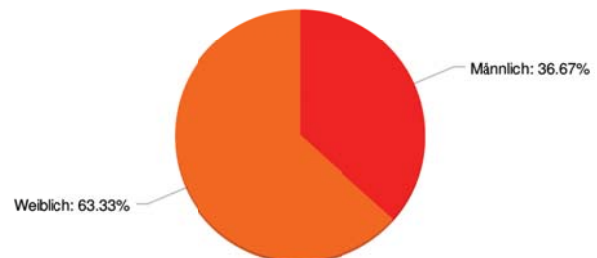
## B. Umfrage zur Nutzung von VoD und des linearen TVs in Deutschland

### 1. Bitte geben Sie Ihr Geschlecht an.

Anzahl Teilnehmer: 120

44 (36.7%): **Männlich**

76 (63.3%): **Weiblich**



### 2. Altersverteilung

Alter	Menge	Alter	Menge	Alter	Menge	Alter	Menge	Alter	Menge
14	1	20	14	25	7	30	2	42	1
15	2	21	11	26	3	32	1	46	1
17	2	22	28	27	1	34	1	49	1
18	3	23	10	28	2	35	1	53	1
19	13	24	11	29	1	40	1	65	1

## 3. Bitte geben Sie Auskunft zu Ihrer derzeitigen Beschäftigung.

Anzahl Teilnehmer: 120

17 (14.2%): Berufstätig

72 (60.0%): Student

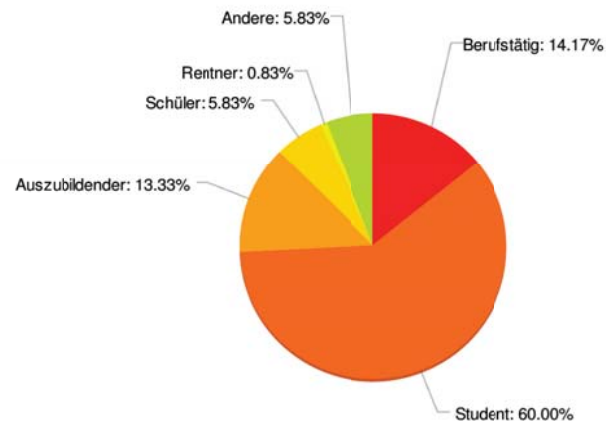
16 (13.3%): Auszubildender

7 (5.8%): Schüler

1 (0.8%): Rentner

- (0.0%): Unbeschäftigt

7 (5.8%): Andere



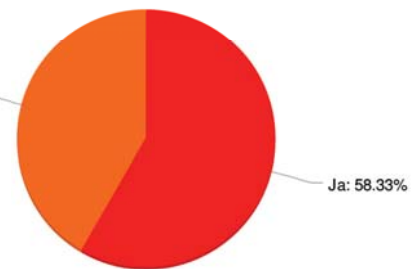
## 4. Frage 1: Nutzen Sie Video-on-Demand-Dienste? \*

Anzahl Teilnehmer: 120

70 (58.3%): Ja

50 (41.7%): Nein (in diesem Fall bitte mit Frage 10 fortfahren)

iesem Fall bitte mit Frage 10 fortfahren....: 41.67%



## 5. Frage 2: Welche der folgenden Video-on-Demand-Anbieter nutzen Sie?

Anzahl Teilnehmer: 70

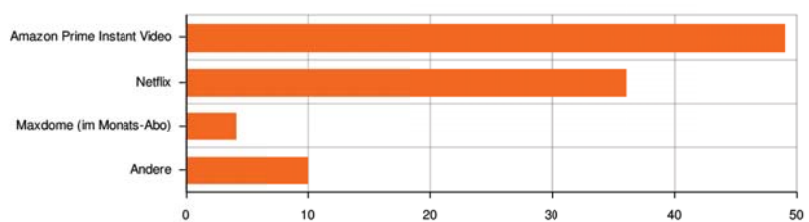
49 (70.0%): Amazon Prime Instant Video

36 (51.4%): Netflix

4 (5.7%): Maxdome (im Monats-Abo)

- (0.0%): Watchever

10 (14.3%): Andere



## 6. Frage 3: Wie häufig nutzen Sie Video-on-Demand-Dienste?

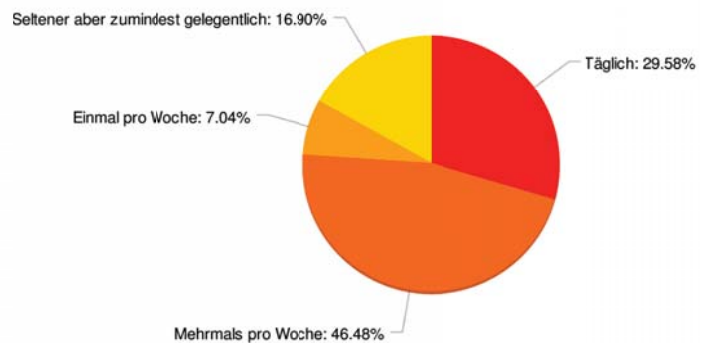
Anzahl Teilnehmer: 71

21 (29.6%): Täglich

33 (46.5%): Mehrmals pro Woche

5 (7.0%): Einmal pro Woche

12 (16.9%): Seltener aber zumindest gelegentlich



## 7. Frage 4: Wie lang nutzen Sie Video-on-Demand-Dienste durchschnittlich?

Anzahl Teilnehmer: 71

10 (14.1%): Weniger als eine Stunde pro Woche

21 (29.6%): 1 bis 3 Stunden pro Woche

20 (28.2%): 4 bis 6 Stunden pro Woche

14 (19.7%): 7 bis 10 Stunden pro Woche

6 (8.5%): Mehr als 10 Stunden pro Woche



## 8. Frage 5: Welche Inhalte schauen Sie sich über Video-on-Demand-Dienste an?

Anzahl Teilnehmer: 71

62 (87.3%): Filme

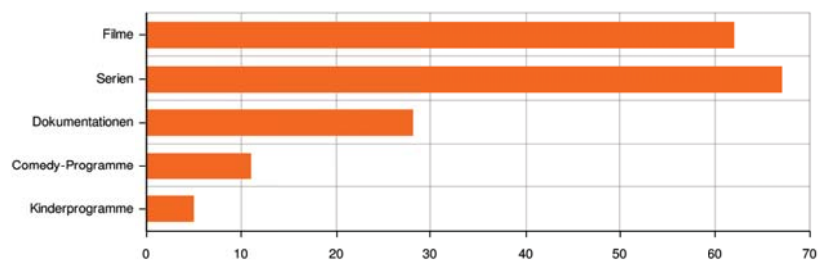
67 (94.4%): Serien

28 (39.4%): Dokumentationen

11 (15.5%): Comedy-Programme

5 (7.0%): Kinderprogramme

- (0.0%): Andere



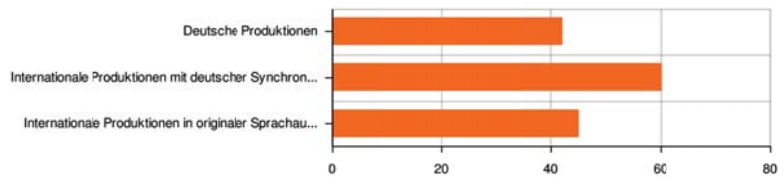
## 9. Frage 6: Welche Art der von Ihnen angegebenen Inhalte schauen Sie?

Anzahl Teilnehmer: 71

42 (59.2%): Deutsche Produktionen

60 (84.5%): Internationale Produktionen mit deutscher Synchronisation

45 (63.4%): Internationale Produktionen in originaler Sprachausgabe



## 10. Frage 7: Über welche Endgeräte schauen Sie sich Video-on-Demand-Inhalte meistens an?

Anzahl Teilnehmer: 71

61 (85.9%): PC / Laptop

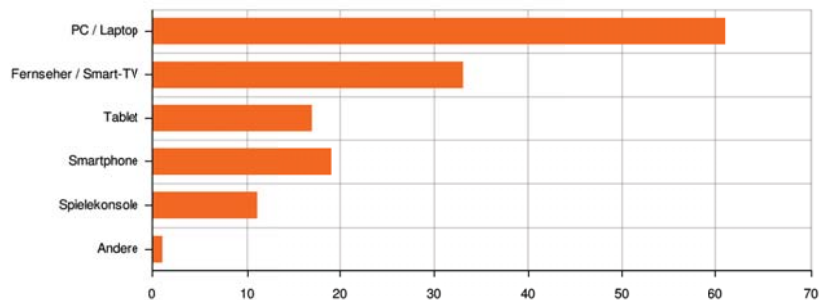
33 (46.5%): Fernseher / Smart-TV

17 (23.9%): Tablet

19 (26.8%): Smartphone

11 (15.5%): Spielekonsole

1 (1.4%): Andere



## 11. Frage 8: Wie würden Sie das Angebot der von Ihnen genutzten Video-on-Demand-Dienste beurteilen?

Anzahl Teilnehmer: 71

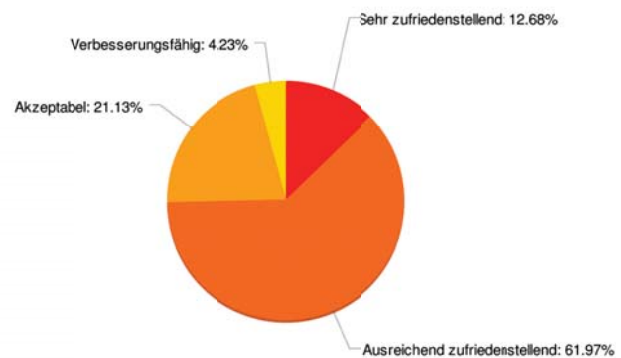
9 (12.7%): Sehr zufriedenstellend

44 (62.0%): Ausreichend zufriedenstellend

15 (21.1%): Akzeptabel

3 (4.2%): Verbesserungsfähig

- (0.0%): Nicht zufriedenstellend





## 12. Frage 9: Wo sehen Sie die größten Vorteile und Beweggründe für die Nutzung von Video-on-Demand?

Anzahl Teilnehmer: 71

9 (12.7%): Information / Bildung

57 (80.3%): Unterhaltung

32 (45.1%): Inhaltliches Angebot / Inhaltliche Qualität

26 (36.6%): Technische Qualität der Inhalte

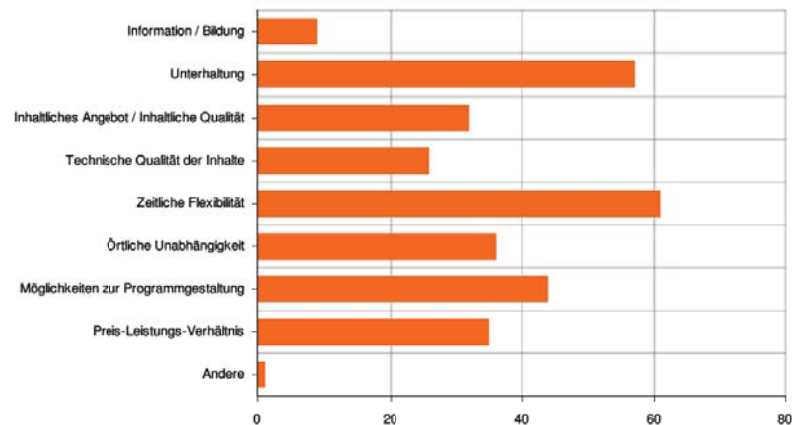
61 (85.9%): Zeitliche Flexibilität

36 (50.7%): Örtliche Unabhängigkeit

44 (62.0%): Möglichkeiten zur Programmgestaltung

35 (49.3%): Preis-Leistungs-Verhältnis

1 (1.4%): Andere



## 13. Frage 10: Wie häufig schauen Sie Fernsehen? \*

Anzahl Teilnehmer: 120

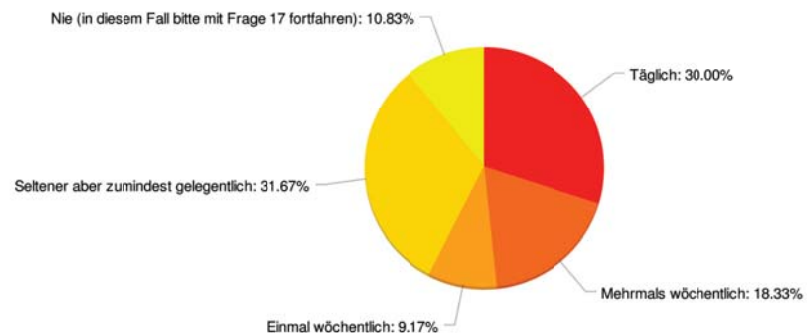
36 (30.0%): Täglich

22 (18.3%): Mehrmals wöchentlich

11 (9.2%): Einmal wöchentlich

38 (31.7%): Seltener aber zumindest gelegentlich

13 (10.8%): Nie (in diesem Fall bitte mit Frage 17 fortfahren)



## 14. Frage 11: Wie lang konsumieren Sie das Fernsehprogramm durchschnittlich?

Anzahl Teilnehmer: 107

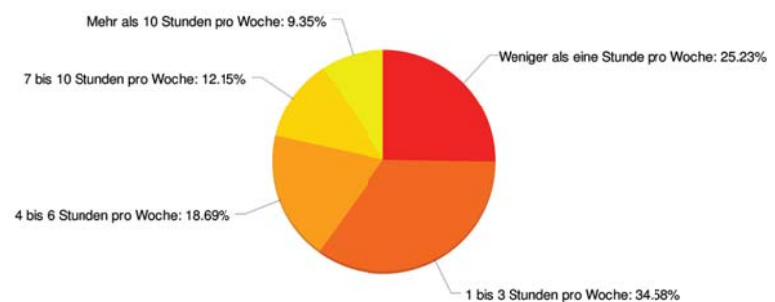
27 (25.2%): Weniger als eine Stunde pro Woche

37 (34.6%): 1 bis 3 Stunden pro Woche

20 (18.7%): 4 bis 6 Stunden pro Woche

13 (12.1%): 7 bis 10 Stunden pro Woche

10 (9.3%): Mehr als 10 Stunden pro Woche



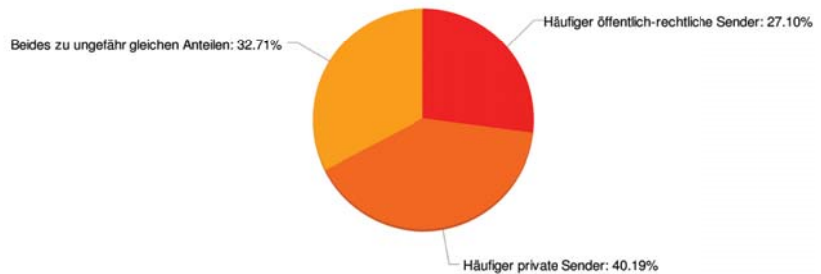
15. Frage 12: Wie häufig schauen Sie öffentlich-rechtliche (ARD, ZDF, ...) im Vergleich zu privaten Fernsehsendern (ProSieben, RTL, ...)?

Anzahl Teilnehmer: 107

29 (27.1%): Häufiger öffentlich-rechtliche Sender

43 (40.2%): Häufiger private Sender

35 (32.7%): Beides zu ungefähr gleichen Anteilen



16. Frage 13: Welche Inhalte schauen Sie im deutschen Fernsehprogramm bevorzugt?

Anzahl Teilnehmer: 107

68 (63.6%): Nachrichtensendungen

14 (13.1%): Informationsformate aus der Region

8 (7.5%): Ratgebersendungen

61 (57.0%): Dokumentationen / Reportagen

8 (7.5%): Reality-TV-Formate

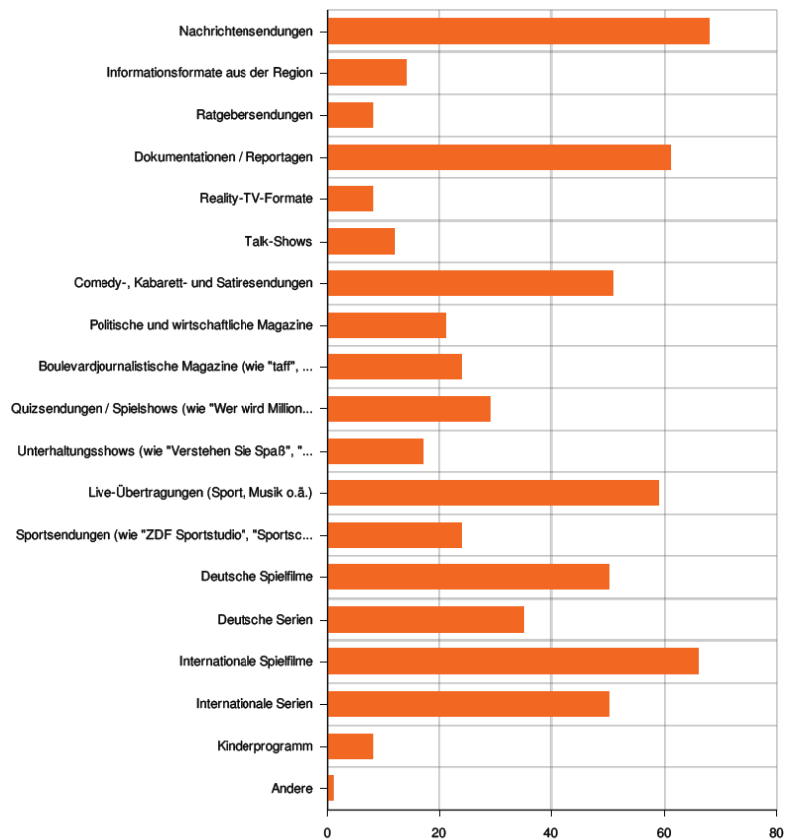
12 (11.2%): Talk-Shows

51 (47.7%): Comedy-, Kabarett- und Satiresendungen

21 (19.6%): Politische und wirtschaftliche Magazine

24 (22.4%): Boulevardjournalistische Magazine (wie "taff", "Explosiv", "Brisant" o.ä.)

29 (27.1%): Quizsendungen



17. Frage 14: Über welche Endgeräte schauen Sie das Fernsehprogramm meistens (per Satellit, per Kabel, terrestrisch oder über das Internet im Livestream)?

Anzahl Teilnehmer: 107

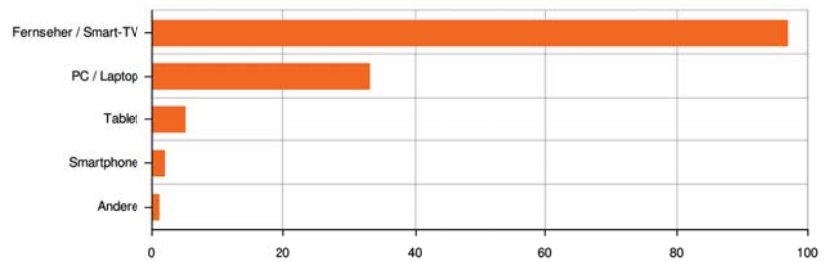
97 (90.7%): Fernseher / Smart-TV

33 (30.8%): PC / Laptop

5 (4.7%): Tablet

2 (1.9%): Smartphone

1 (0.9%): Andere



18. Frage 15: Wie würden Sie das Angebot der von Ihnen geschauten TV-Sender beurteilen?

Anzahl Teilnehmer: 107

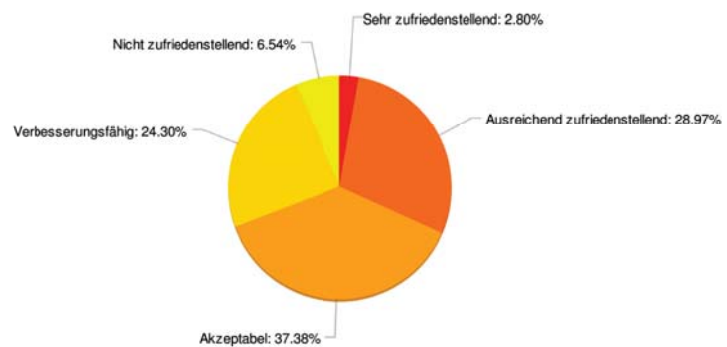
3 (2.8%): Sehr zufriedenstellend

31 (29.0%): Ausreichend zufriedenstellend

40 (37.4%): Akzeptabel

26 (24.3%): Verbesserungsfähig

7 (6.5%): Nicht zufriedenstellend



19. Frage 16: Wo sehen Sie die größten Vorteile und Beweggründe für die Nutzung des linearen Fernsehens?

Anzahl Teilnehmer: 104

68 (65.4%): Information / Bildung

67 (64.4%): Unterhaltung

25 (24.0%): Inhaltliches Angebot / Inhaltliche Qualität

17 (16.3%): Technische Qualität der Inhalte

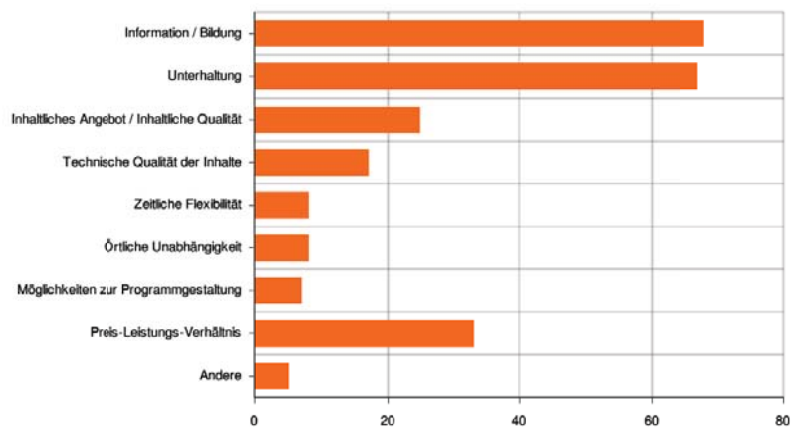
8 (7.7%): Zeitliche Flexibilität

8 (7.7%): Örtliche Unabhängigkeit

7 (6.7%): Möglichkeiten zur Programmgestaltung

33 (31.7%): Preis-Leistungs-Verhältnis

5 (4.8%): Andere

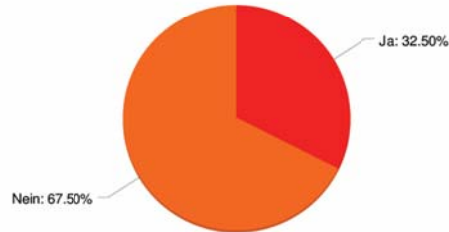


20. Frage 17: Nutzen Sie Möglichkeiten zur Aufzeichnung von TV-Sendungen, um sich diese zeitversetzt ansehen zu können? \*

Anzahl Teilnehmer: 120

39 (32.5%): Ja

81 (67.5%): Nein



21. Frage 18: Schauen Sie sich Fernsehprogramminhalte auch in den sendereigenen Mediatheken an? \*

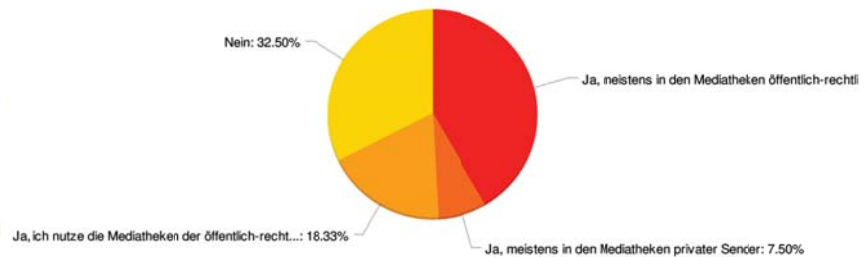
Anzahl Teilnehmer: 120

50 (41.7%): Ja, meistens in den Mediatheken öffentlich-rechtlicher Sender

9 (7.5%): Ja, meistens in den Mediatheken privater Sender

22 (18.3%): Ja, ich nutze die Mediatheken der öffentlich-rechtlichen und privaten Sender zu ungefähr gleichen Anteilen

39 (32.5%): Nein



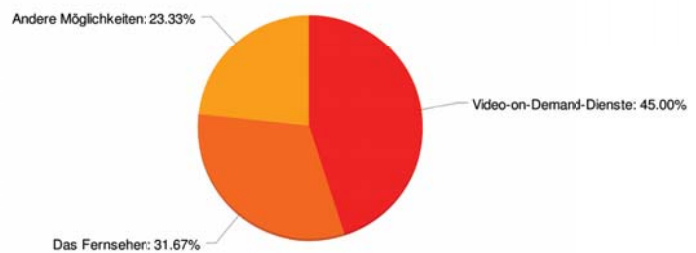
22. Frage 19: Um sich eine bestimmte Sendung / einen bestimmten Inhalt anzusehen, nutzen Sie bevorzugt... \*

Anzahl Teilnehmer: 120

54 (45.0%): Video-on-Demand-Dienste

38 (31.7%): Das Fernsehen

28 (23.3%): Andere Möglichkeiten



23. Frage 20: Glauben Sie, dass das klassische lineare Fernsehen in Deutschland aufgrund von Video-on-Demand-Diensten in Zukunft nicht mehr existieren wird? \*

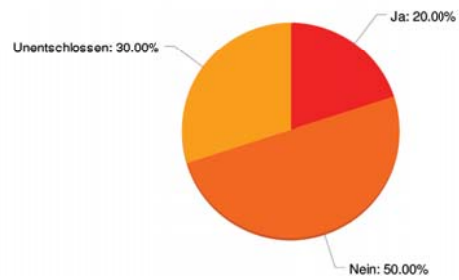
Anzahl Teilnehmer: 120

24 (20.0%): Ja

60 (50.0%): Nein

36 (30.0%):

Unentschlossen



## Eigenständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

---

Ort, Datum

Vorname Nachname